



Եվրոպայում անվտանգության և
համագործակցության կազմակերպություն
երևանյան գրասենյակ



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ԷԿՈՆՈՄԻԿԱՅԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Եվրասիական տնտեսական միության (ԵՏՄ) տարածքում նոր տնտեսական հնարավորությունների բացահայտում

ԵՐԵՎԱՆ, 2016

Պատրաստել են Գոհար Մալումյանը և Էրիկ Գյուլազյանը



Եվրոպայում անվտանգության և
համագործակցության կազմակերպություն
Երևանյան գրասենյակ

Սույն հրատարակությունը պատրաստվել և տպագրվել է ԵԱՀԿ Երևանյան գրասենյակի աջակցությամբ:

Սույն հրատարակության մեջ ամփոփված տեսակետները, մեկնաբանություններն ու եզրակացությունները կարող են չհամընկնել ԵԱՀԿ-ի տեսակետների հետ:

ISBN - 978-92-9235-124-3

ԳՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԳԼՈՒԽ 1. ԻՆՉՊԻՍԻՆ Է ՊԱՏԿԵՐԸ ԵՏՄ ՆԵՐՍՈՒՄ. ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՄԱԿՐՈՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ.....	4
---	----------

ԳԼՈՒԽ 2. ՄԻԱՄՆԱԿԱՆ ՄԱՔՍԱՅԻՆ ՄԻՈՒԹՅԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻԶԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՎՐԱ	8
--	----------

- 2.1. Արտաքին առևտրի միտումները Հայաստանում՝ ըստ երկրների խմբերի8
- 2.2. Հայաստանի արտաքին առևտրի միտումներն ըստ ապրանքային խմբերի12

ԳԼՈՒԽ 3. ՆՈՐ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՄԱՐ ԵՎՐԱՍԻԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄԻՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԱԾՔՈՒՄ	17
--	-----------

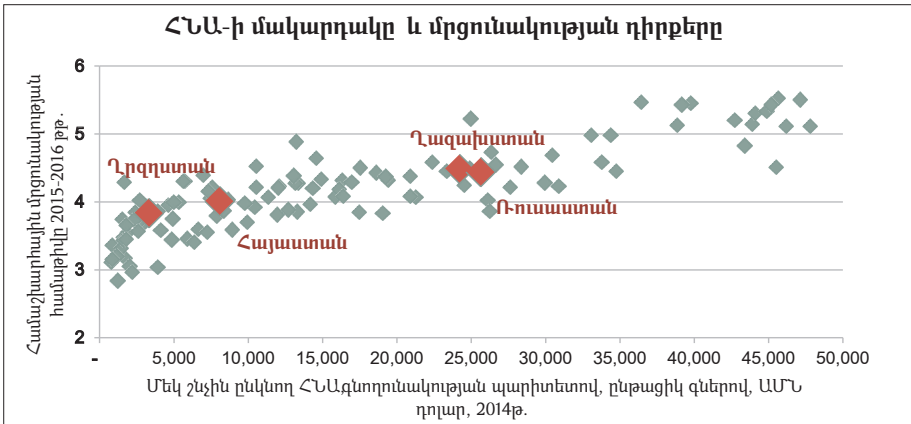
- 3.1. Վերլուծության շրջանակները17
- 3.2. Առաջին ռազմավարական հորիզոն 22
 - 3.2.1. Հայաստանի արտահանումների պորտֆելի առաջատարներ 22
 - 3.2.2. Համեմատական մրցակցային առավելություններ ունեցող ոլորտներ 36
 - 3.2.3. Արտահանման բարձր աճ ունեցող ոլորտներ 37
- 3.3. Ռազմավարական հորիզոն 2..... 39
 - 3.3.1. Ներմուծման փոխարինում 39
 - 3.3.2. Ծառայությունների ոլորտ.....48
 - 3.3.3. Պետական գնումների ոլորտ.....54
- 3.4. Ռազմավարական հորիզոն 3..... 55

ԳԼՈՒԽ 4.ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՄԻԱՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱ ԸՆԴԱՅՆՎԱԾ ՄՈՒՏՔԻ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ.....	61
---	-----------

ԳԼՈՒԽ 1. ԻՆՉՊԻՍԻՆ Է ՊԱՏԿԵՐԸ ԵՏՄ ՆԵՐՍՈՒՄ. ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՄԱԿՐՈՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

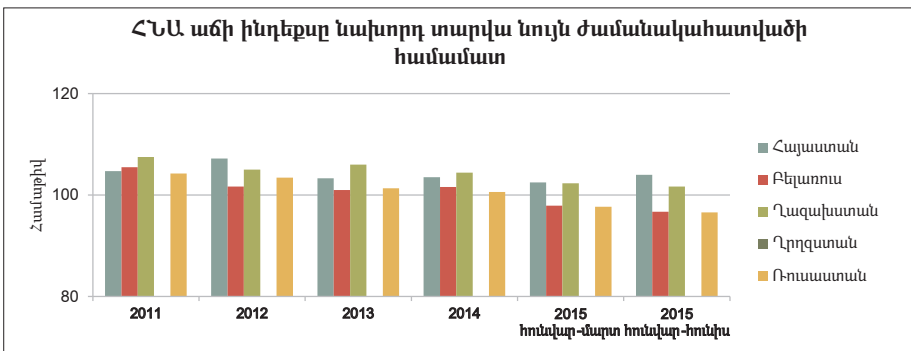
Հայաստանի մուտքը Եվրասիական տնտեսական միություն (ԵՏՄ) լայնածավալ քննարկումների ալիք բարձրացրեց ստեղծված հնարավորությունների և ռիսկերի շուրջ: Քննարկումների հիմնական թեմաները քաղաքական, սոցիալական և տնտեսական մարտահրավերներն էին: ԵՏՄ երկրներում 2015թ. սկզբին տնտեսական իրավիճակի արագ վատթարացումը, իրենց հերթին, ակտիվացրեցին Հայաստանի համար բացասական հեռանկարները: Հիմնական տնտեսական սպասումները բացասական են՝ պայմանավորված Հայաստանի ուժեղ կապերով և կախվածությամբ ԵՏՄ երկրներից: Արտաքին ցնցումների և, մասնավորապես, Ռուսաստանում տեղի ունեցող զարգացումների նկատմամբ Հայաստանի խոցելիությունը պայմանավորված է Ռուսաստանից եկող մասնավոր տրանսֆերտներից տեղական տնտեսության մեծ կախվածությամբ: Մասնավոր դրամական փոխանցումների հաշվարկված ծավալը կազմում է ՀՆԱ-ի մինչև 40%-ը՝ ներառյալ պաշտոնապես հաշվառված և չհաշվառված հոսքերը: Ակնհայտ է, որ տեղական տնտեսությունը շատ զգայուն է այդ հոսքերի նույնիսկ աննշան փոփոխությունների նկատմամբ: Ըստ Հայաստանի կենտրոնական բանկի տվյալների, բանկերի միջոցով իրականացված մասնավոր դրամական փոխանցումների ծավալը 2014թ. կրճատվել է 7.7%-ով՝ 2013թ. դրությամբ 2.3 մլրդ ԱՄՆ դոլարից 2014 թ.-ին իջնելով մինչև 2.1 մլրդ: Ռուսաստանին բաժին է ընկնում այդ փոխանցումների ավելի քան 70%-ը: Նվազման այս միտումը շարունակվել է նաև 2015 թ.-ին, որի առաջին 7 ամիսների ընթացքում մասնավոր տրանսֆերտների զուտ ներհոսքն արձանագրել է 31%-ի անկում:

Հայաստանի ապագայի նկատմամբ մտահոգությունները պատճառաբանված են Միության անդամ երկրների ներկայիս թե՛ թույլ մրցունակության դիրքերով, թե՛ տնտեսական զարգացման դինամիկայի առումով: ԵՏՄ երկրների վարկանիշը և՛ ըստ մեկ շնչին ընկնող եկամուտներով, և՛ մրցունակության ցուցիչներով ավելի վատ է, քան աշխարհի 40 երկրներում: Սա նշանակում է, որ միությունում չկա բարձր մրցունակությամբ այնպիսի տնտեսություն, որը կարողանար միության մյուս անդամների հետ կիսել իր փորձը և նրանց համար չափանիշներ սահմանել:



Աղբյուրը՝ Համաշխարհային բանկի Համաշխարհային զարգացման ցուցանիշներ, Համաշխարհային տնտեսական ֆորում

Երկրորդ, ավելի կարևոր հարց է հանդիսանում ԵՏՄ երկրներում տնտեսական զարգացման վերջին միտումները: Միության երկու առավել կարևոր ծանրակշիռ երկրները՝ Ռուսաստանը և Բելառուսը մյուսներից առանձնանում են իրենց 2015 թվականի ՀՆԱ-ի բացասական ցուցանիշներով: Հայաստանի՝ որպես փոքր բաց տնտեսության և Տնտեսական միության մի մասի, զարգացման հեռանկարներն այժմ ավելի խոցելի են արտաքին գործոնների նկատմամբ և կախված են ԵՏՄ անդամ պետությունների իրավիճակից: Ռուսաստանի և Բելառուսի ՀՆԱ-ի արձանագրված ցուցանիշները 2015 թ. առաջին եռամսյակում ոչ միայն շարունակում են նվազել, այլև նվազման ավելի բարձր տեմպեր են ցուցադրում երկրորդ եռամսյակում:



Աղբյուրը՝ ԱՊՀ Միջպետական վիճակագրական կոմիտե, Ազգային վիճակագրական ծառայություններ

Այլ մակրոտնտեսական ցուցանիշները, նույապես, ցույց են տալիս նմանատիպ բացասական միտումներ:

ԵՏՄ երկրներում հիմնական մակրոտնտեսական ցուցանիշները 2015 թ. հունվար-հունիս ամիսներին՝ 2014թ. նույն ժամանակահատվածի համեմատ, ինդեքսը

	ՀՆԱ	Արդյունաբերություն	Գյուղատնտեսություն	Կապիտալ ներդրումներ հիմնական միջոցներում	Բեռնափոխադրում	Մանրածախ առևտուր
Հայաստան	105.1	105.1	114.5	100.6	106.5	93.5
Բելառուս	96.7	92.6	102.7	86.5	99.3	101.1
Ղազախստան	101.7	100.6	103	104.4	102.4	102.9
Ղրղզստան	107.3	123.6	102.4	106.8	102.4	105
Ռուսաստան	96.6	97.3	102.9	94.6	91.9	92

Աղբյուրը՝ ԱՊՀ Միջպարական վիճակագրական կոմիտե, Ազգային վիճակագրական ծառայություններ

Անհանգստացնող ցուցանիշները և աճի մոռայլ կանխատեսումները անմիջապես արտացոլվում են սուվերեն վարկային ռեյտինգների վրա: Moody's-ը, որը տարվա սկզբին իջեցրել է իր վարկանիշերը՝ Հայաստանի, Բելառուսի և Ռուսաստանի համար, բացասական հեռանկարներ է կանխատեսում: Fitch-ը դեռ կայուն հեռանկարներ է նախատեսում Ղազախստանում և Հայաստանում, սակայն Ռուսաստանի վարկային ռեյտինգը բոլոր գործակալությունների կողմից գնահատվում է խիստ ռիսկային և բացասական կանխատեսումներով:

ԵՏՄ երկրների սուվերեն վարկային ռեյտինգը

	ըստ S&P վարկանիշի		ըստ Moody's վարկանիշի		ըստ Fitch-ի վարկանիշի	
Հայաստան			Ba3	բացասական	B+	կայուն
Բելառուս	B-	կայուն	Caa1	բացասական		
Ղազախստան	BBB	բացասական	Baa2	կայուն	BBB+	կայուն
Ղրղզստան						
Ռուսաստան	BB+	բացասական	Ba1	բացասական	BBB-	բացասական

Աղբյուրը՝ *Trading Economies*

7

Արժույթի միջազգային հիմնադրամն իր 2015 թ. հոկտեմբերի “World Economic Outlook”-ի վերջին հրապարակման մեջ վերանայել է ՀՆԱ-ի աճի իր կանխատեսումները: Ըստ գնահատման, Ռուսաստանում ավելի խորացող ետընթացը 2015 թ.վերջին կունենա 3.8% անկում: Սա հիմնականում պայմանավորված է նավթի համաշխարհային գների անկումով: Ակնկալվում է, որ այդ անկումը ուղեկցվելու է Ռուսաստանում բարձր գնաճի տեմպերով՝ 15,8% - 2015 թ.: Մինչդեռ Հայաստանի համար նախկինում կանխատեսվող նվազումը (-1%, WEO, ապրիլ, 2015թ.) վերագնահատվել է 2.5% դրական փոփոխությամբ:

ՀՆԱ տարեկան աճի ԱՄՀ-ի կանխատեսումը, %

ԱՄՀ	2015	2016	Ժամանակաշրջան
Հայաստան	2.5	2.2	հոկ.-15
Բելառուս	-2.3	-0.1	ապր.-15
Ղազախստան	2	3.2	ապր.-15
Ղրղզստան	1.7	3.4	ապր.-15
Ռուսաստան	-3.8	-0.6	հոկ.-15

Աղբյուրը՝ *Trading Economies*

Չնայած դժվարին 2015-ին՝ 2016 թ-ի հեռանկարները շատ վատը չեն: Ռուսաստանում և Բելառուսում տնտեսական գործունեության աննշան անկում է կանխատեսվում, մինչ Հայաստանը, Ղազախստանն ու Ղրղզստանի հանրապետությունը հավանաբար կայուն աճ կարձանագրեն:

ԳԼՈՒԽ 2. ՄԻԱՍՆԱԿԱՆ ՄԱՔՍԱՅԻՆ ՄԻՈՒԹՅԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻԶԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՎՐԱ

2.1. Արտաքին առևտրի միտումները Հայաստանում՝ ըստ երկրների խմբերի

Հայաստանի և ԵՏՄ երկրների միջև առևտրային կառուցվածքի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ ԵՏՄ-ի շրջանակներում Հայաստանի գլխավոր և ամենամեծ առևտրային գործընկերը եղել և մնում է Ռուսաստանի Դաշնությունը. ԵՏՄ երկրների հետ Հայաստանի առևտրի շուրջ 95%-ն ընկնում է Ռուսաստանին: Հայաստանը տարեցտարի ավելացրել է արտահանումը դեպի Ռուսաստան, ինչպես նաև ավելացրել է ներկրումը Ռուսաստանից՝ ընդհանուր առևտրի հաշվեկշիռը հասցնելով տարեկան շուրջ 1.4-1.5 մլրդ ԱՄՆ դոլարի: Հայաստանի և Ղազախստանի միջև գրեթե առևտուր չկա և վերջին երեք տարիների ընթացքում տարեկան ապրանքաշրջանառությունը 10 մլն ԱՄՆ դոլարից պակաս է եղել: Մինևույն ժամանակ Հայաստանի և Ղազախստանի միջև առևտրի կառուցվածքի փոփոխություն է տեղի ունեցել: Այսպես՝ 2010-2012թթ ընթացքում առևտուրն անցնում էր տարեկան 10 մլն ԱՄՆ դոլարը, և առևտրի զգալի մասը Հայաստանի ներմուծումն էր Ղազախստանից, իսկ 2013-2014թթ-ին և 2015թ. առաջին ամիսներին ավելի շատ արտահանվում է դեպի Ղազախստան և Ղազախստանից գրեթե ոչինչ չի ներմուծում (տարեկան 1 մլն ԱՄՆ դոլարից պակաս): Բելառուսի հետ առևտրի ծավալը ավելի կայուն է, որի միջին տարեկան շրջանառությունը վերջին 5 տարիների ընթացքում կազմում է 30-40 մլն ԱՄՆ դոլար:

2010թ. Հայաստանի առևտուրը Եվրասիական տնտեսական միության երկրների հետ (մլն ԱՄՆ դոլար)

Տարի	2010 ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռուսաստան	Ընդհանուրի %	Ղազախստան	Ընդհանուրի %	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	168171.8	16.1		160507.8	15.4	3083.3	0.3	4580.7	0.4
Ներմուծում	879075.4	23.4		835271.7	22.7	11894.4	0.3	31909.3	0.8
Ընդամենը	1047247.2	21.8		995779.5	20.7	14977.7	0.3	36490	0.8

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

2011թ. Հայաստանի առևտուրը Եվրասիական տնտեսական միության երկրների հետ (մլն ԱՄՆ դոլար)

Տարի	2010 ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռուսաստան	Ընդհանուրի %	Ղազախստան	Ընդհանուրի %	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	232622.5	17.4		222273.7	16.6	4398.5	0.33	5950.3	0.4
Ներմուծում	945783.6	22.8		890873.2	21.4	25335.9	0.61	29574.5	0.7
Ընդամենը	1708406.1	31.1		1113146.9	20.3	29734.4	0.54	35524.8	0.6

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

2012թ. Հայաստանի առևտուրը Եվրասիական տնտեսական միության երկրների հետ (մլն ԱՄՆ դոլար)

Տարի	2012 ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռուսաստան	Ընդհանուրի %	Ղազախստան	Ընդհանուրի %	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	289783.4	21		279109.0	20.2	3964.1	0.3	6710.3	0.5
Ներմուծում	1099901.7	25.8		1057416.4	24.8	8896.5	0.2	33588.8	0.8
Ընդամենը	1389685.1	24.6		1336525.4	23.6	12860.6	0.2	40299.1	0.7

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

2013թ. Հայաստանի առևտուրը Եվրասիական տնտեսական միության երկրների հետ (մլն ԱՄՆ դոլար)

Տարի	2013 ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռուսաստան	Ընդհանուրի %	Ղազախստան	Ընդհանուրի %	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	349980.6	23.6		334125.7	22.5	7293.3	0.48	8561.6	0.6
Ներմուծում	1066774.8	24.3		1025159.7	23.3	740.3	0.01	40874.8	0.9
Ընդամենը	1416755.4	24.1		1359285.4	23.1	8033.6	0.01	49436.4	0.8

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

2014թ. Հայաստանի առևտուրը Եվրասիական տնտեսական միության երկրների հետ (մլն ԱՄՆ դոլար)

Տարի	2014 ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռուսաստան	Ընդհանուրի %	Ղազախստան	Ընդհանուրի %	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	324238.5	20.9		308250.2	19.9	6951.8	0.4	9036.5	0.6
Ներմուծում	1154463.8	26		1122876.0	25.3	556.3	0.01	31031.5	0.7
Ընդամենը	1478702.3	24.7		1431126.2	23.9	7508.1	0.1	40068.0	0.7

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

2015թ. Հայաստանի առևտուրը Եվրասիական տնտեսական միության երկրների հետ (մլն ԱՄՆ դոլար)

Տարի	2015 ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռուսաստան	Ընդհանուրի %	Ղազախստան	Ընդհանուրի %	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	236246.5	15.9		225927.2	15.1	4857.7	0.3	5461.8	0.4
Ներմուծում	982124.6	30.1		948044.6	39.1	292.4	0.009	33787.6	1.04
Ընդամենը	1218371.1	25.7		1173971.8	24.8	5150.1	0.1	39249.4	0.8

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Հայաստանի առևտուրը Եվրամիության երկրների հետ, 2010-2015թթ

Հայաստանի և ԵՄ միջև առևտրի վերադարձությունը ցույց է տալիս առևտրի ծավալների մշտական աճ, որը 2014 թ. դրությամբ հասել է գրեթե 1 մլրդ ԱՄՆ դոլարի: Աճն արձանագրվել է ինչպես Հայաստանից ԵՄ արտահանման, այնպես էլ ԵՄ-ից Հայաստան ներկրման գծով: Սակայն կարելի է տեսնել, որ, եթե վերջին 5 տարիների ընթացքում Հայաստանից դեպի ԵՄ արտահանումը բավական կայուն է եղել և կտրուկ աճ կամ անկում չի գրանցվել, ապա 5 տարիների ընթացքում ԵՄ-ից Հայաստան ներմուծման ծավալները անշեղորեն աճել են շուրջ 30% -ով:

2010-2014 թթ Հայաստանի առևտուրը Եվրամիության երկրների հետ (մլն EUR)

Տարի	2010	2011	2012	2013	2014
Արտահանում	260	322	275	261	276
Ներմուծում	556	645	683	717	714
Ընդամենը	816	967	958	978	990

Աղբյուրը՝ Եվրասիանձնաժողովի Առևտրի գլխավոր վարչություն

Հայաստանի գլխավոր առևտրային գործընկերները

Եվրասիական տնտեսական միությունը՝ որպես բլոկ, Ռուսաստանը՝ որպես երկիր և Եվրոպական միությունը Հայաստանի համար եղել և մնում է խոշորագույն առևտրային գործընկերները, որոնց հաջորդում է Ասիան (2013/2014 թթ արտահանումը կազմել է 363,124 մլն ԱՄՆ դոլար և 484,506 մլն ԱՄՆ դոլար ու 2013/2014 թթ ներմուծումը կազմել է 1,359,237 և 1,429,696 մլն ԱՄՆ դոլար) և Ամերիկաները (2013/2014 թթ արտահանումը կազմել է 187,833 մլն ԱՄՆ դոլար և 187,984 մլն ԱՄՆ դոլար ու 2013/2014թթ ներմուծումը կազմել է 292,277 ԱՄՆ դոլար և 278,892 մլն ԱՄՆ դոլար):

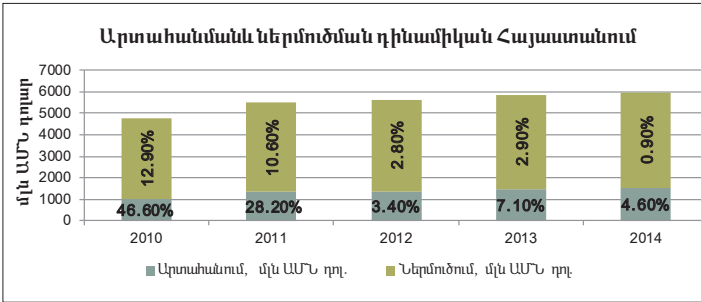
Ըստ Հայաստանի Հանրապետության մաքսային ծառայության, Ռուսաստանը Հայաստանի ամենախոշոր առևտրային գործընկերն է, որին հետևում են Հայաստանի հաջորդ տաս ամենախոշոր առևտրային գործընկերները՝

Երկիր	արտահանում, մլն ԱՄՆ դոլար		ներմուծում, մլն ԱՄՆ դոլար	
	2013	2014	2013	2014
Չինաստան	68, 838	170, 954	386, 021	417, 064
Գերմանիա	85, 568	158, 507	280, 919	283, 792
Իրան	99, 171	82, 673	200, 221	207, 332
Թուրքիա	1, 596	1, 494	210, 807	232, 341
ԱՄՆ	89, 030	87, 699	137, 558	132, 218
Իտալիա	23, 191	34, 554	164, 418	179, 829
Ռուսաստան	15, 228	10, 966	226, 487	201, 689
Շվեյցարիա	24, 553	13, 885	172, 528	146, 172

Աղբյուրը՝ Հայաստանի Հանրապետության մաքսային ծառայություն

2.2. Հայաստանի արտաքին առևտրի միտումներն ըստ ապրանքային խմբերի

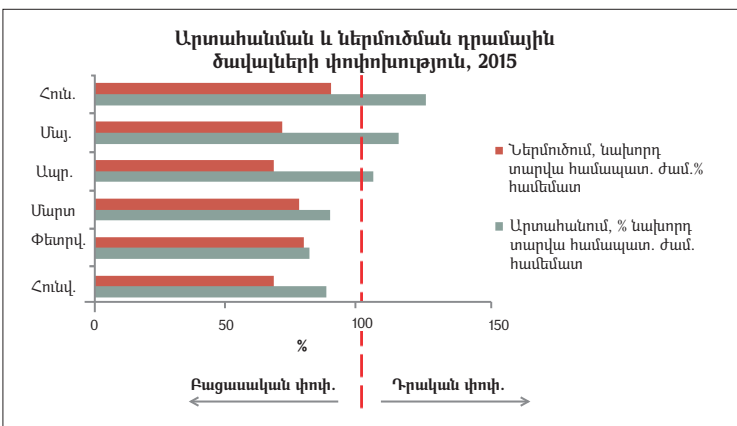
2009 թ. ի վեր, երբ համաշխարհային ֆինանսական ճգնաժամի հետևանքով երկիրն արձանագրեց 26,5% արտաքին առևտրային գործունեության նվազում, Հայաստանի արտաքին առևտուրը լուրջ վերելք է ապրում: 2010-2014 թթ ժամանակաշրջանում Հայաստանի արտաքին առևտրի ընդհանուր ծավալը տարեկան միջին 6% աճ է գրանցել: Արտահանման գործընթացի վերածնունդն ավելի զգալի միտումներ ուներ և ապահովում էր տարեկան 10% աճ՝ ներմուծման ոլորտի 4%-ի համեմատ:



Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն (ԱՎԾ)

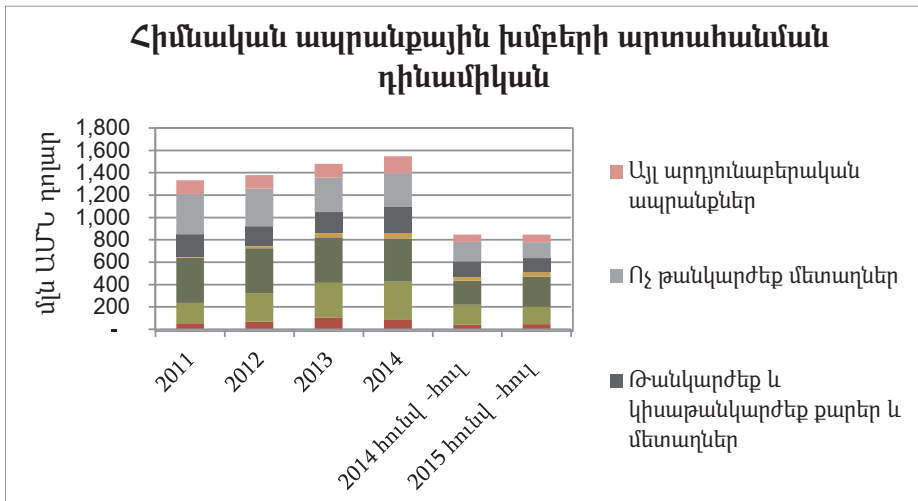
Դիպր.՝ Մակնշված տրոհումները ցույց են տալիս տարեկան աճի տեմպերը:

Արտաքին առևտուրը բավականին անհանգստացնող ցուցանիշներ գրանցեց 2015 թ.-ին: Հայաստանի Եվրասիական տնտեսական միությանը պաշտոնապես անդամակցելուց հետո ինչպես արտահանման, այնպես էլ ներմուծման գծով կտրուկ բացասական դինամիկա նկատվեց: 2015 թ. առաջին եռամսյակում արտահանումը նվազել է ~ 10%-ով և ներմուծումը՝ ~ 20%-ով: Այս ժամանակահատվածում առևտրի բացասական դինամիկան բացատրվում էր վիճակագրական հաշվետվության հնարավոր անհամապատասխանություններով: Նույնիսկ եթե դա ճիշտ է, ապա ներմուծումը շարունակել է վատթարանալ նաև հաջորդ եռամսյակում: Բացի այդ, հուլիս ամսին ներմուծման ծավալները 2014 թ. հուլիսի համեմատ նվազել են մոտ 40%-ով: Արտահանումը, որն ապրիլ ամսից սկսած վերելքի նշաններ էր ցուցադրել, հուլիսին, կրկին, նվազել է 5%-ով: Այս ամենը ուղեկցվում էր ազգային արժույթի փոքր արժեզրկմամբ՝ մոտ 0.5%:



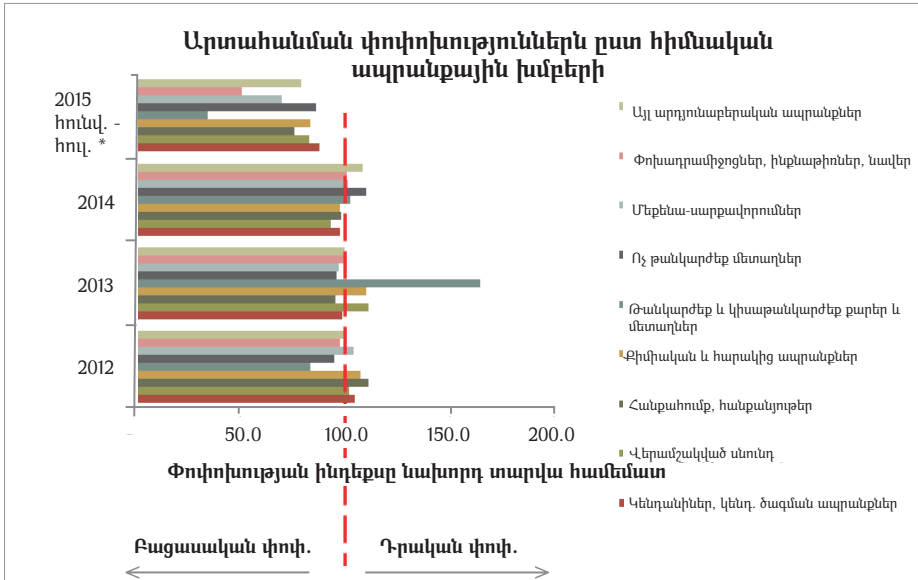
Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն (ԱՎԾ), հեղինակի հաշվարկներ

Չնայած 2015 թ.-ին արտահանման արձանագրված ծավալների զգալի տատանումների՝ արտահանման կառուցվածքը շատ չի փոխվել: Արտահանման ամենամեծ ծավալները բաժին են ընկնում պարենային ապրանքներին, հանքարդյունաբերության արտադրանքին, թանկարժեք, կիսաթանկարժեք և ոչ թանկարժեք մետաղներին և քարերին: Դրանցից՝ հանքարդյունաբերության արտադրանքը ընդլայնել է արտահանման զամբյուղի մեջ իր մասնաբաժինը, իսկ մյուսները նվազել են:



Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն (ԱՎԾ), հեղինակի հաշվարկներ

Պարենային ապրանքները, թանկարժեք և կիսաթանկարժեք մետաղները և քարերը, ինչպես նաև ոչ թանկարժեք մետաղները 2015 թ.-ին բացասական դինամիկա արձանագրած 3 ապրանքային խմբերն են: Վերջին հաշվով, մի քանի տարիների ընթացքում արտահանման ցուցանիշները վատթարացել են: Մինչդեռ վերամշակված սննդի արտահանման անկումը հիմնականում պայմանավորված է տարվա սկզբին կոնյակի արտահանման նվազմամբ:



Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն (ԱՎԾ), հեղինակի հաշվարկներ
 *2014 հունվար-հուլիս ամիսների համեմատ:

ԳԼՈՒԽ 3. ՆՈՐ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՄԱՐ ԵՎՐԱՍԻԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄԻՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԱԾՔՈՒՄ

3.1. Վերլուծության շրջանակները

Հայաստանի մուտքը նոր տնտեսական միություն շրջադարձային քայլ էր երկրի տնտեսական քաղաքականության առումով: ԵՏՄ-ի անդամակցությունը նոր տնտեսական իրականություն է երկրի համար: Այդ անդամակցությունից ակնկալվող առաջին և ամենակարևոր ազդեցությունը անդամ երկրների բաց շուկաներն են և ազատ առևտուրը այդ երկրների միջև: Դա հսկայական շուկայական հնարավորություններ է առաջարկում անդամ երկրներին՝ միասնական մաքսային տարածքում, որտեղ որևէ ծախս չի ենթադրվում միության սահմաններում իրականացվող առևտրի համար:

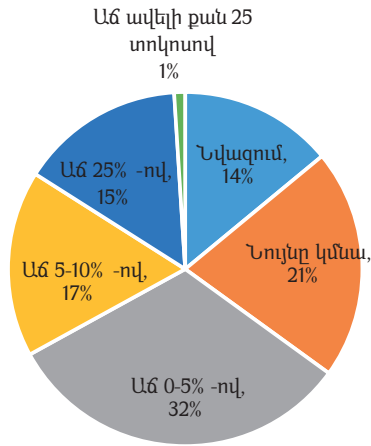
Այնուամենայնիվ, ինտեգրման իրական պոտենցիալ ազդեցությունը կարելի է գնահատել միայն համեմատելով, թե ինչպիսին էր Հայաստանի առևտրային ռեժիմը մինչև ԵՏՄ-ին միանալը և երկրի ներկա պարտավորությունները ԵՏՄ-ի շրջանակում:

Մինչև 2015 թվականի հունվարի մեկը Հայաստանը ուներ ազատական առևտրի ռեժիմ: 2003 թվականից Հայաստանը հանդիսանում է ԱՀԿ անդամ, ուներ ազատ առևտրի պայմանագրեր գրեթե բոլոր ԱՊՀ երկրների և Վրաստանի հետ և արտոնյալ ԱԸՀ (GSP) ռեժիմ՝ մյուս խոշոր առևտրային գործընկերների հետ, ինչպիսիք են՝ ԱՄՆ, Կանադա և ԵՄ:

Սա նշանակում է, որ Հայաստանը ԵՏՄ-ում չի ստանում լրացուցիչ առավելություններ՝ արտաքին առևտրի սակագների առումով: Ավելին, Հայաստանը ստիպված է փոխել իր արտաքին առևտրի քաղաքականությունը ԵՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրների նկատմամբ: Մաքսատուրքերի դրույքաչափերը ԵՏՄ-ի համար հիմնականում մշակվել են Ռուսաստանի առևտրային ռեժիմի հիման վրա (միասնական սակագների դրույքաչափերի 92% -ը համապատասխանում է Ռուսաստանի մաքսային սակագներին), որոնք շատ ավելի բարձր են, քան Հայաստանի միջին կշռված սակագների դրույքաչափերը: Տնտեսական զարգացման և հետազոտությունների կենտրոնի (ՏԶՀԿ) կողմից իրականացված ուսումնասիրության համաձայն, Հայաստան ներմուծվող ապրանքների (8-անիշ ՆՀ (HS)) ավելի քան 65%-ի սակագների դրույքաչափերը կբարձրանան:

Ներմուծման դրույքաչափերի փոփոխություններ

Քանակը 8 նիշ ծածկագրված ապրանքներում, ՆՀ դաս. (HS classification)



Աղբյուրը՝ ՏՀՀԿ

Հիշյալ համառոտ վերլուծությունը ենթադրում է, որ, անդամակցելով ԵՏՄ-ին, Հայաստանը.

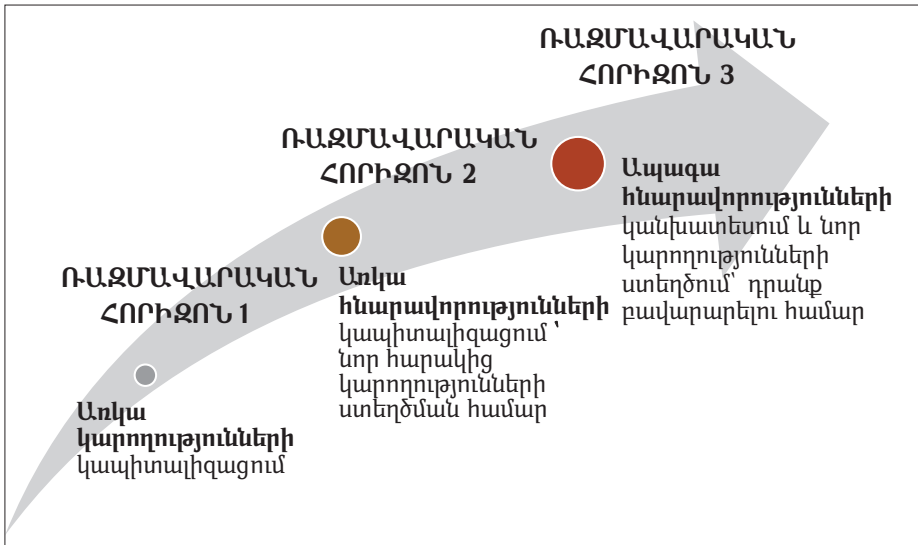
- Չի շահում ազատ առևտրի խորացված հնարավորություններից, քանի որ Հայաստանն արդեն իսկ հայտնի էր իր շատ ազատական ռեժիմով: Այնուամենայնիվ, նույնիսկ այս դեպքում տեղական արտադրողները ի վիճակի չէին օգտագործելու երկրի արտաքին առևտրի քաղաքականությունը ի շահ իրենց և առևտրային ռեժիմը չամրապնդեց նրանց մուտքը օտարերկրյա շուկաներ: Բայց և այնպես, կարծում են, որ ԵՏՄ երկրների մուտքը դյուրինացնելու հսկայական հնարավորություն կա՝ բյուրոկրատիայի, ընթացակարգերի և պահանջվող սերտիֆիկատների վերացման արդյունքում: Ի լրումն, ԵՏՄ բոլոր երկրները, բացի Ռուսաստանից, Հայաստանի համար բառացիորեն նոր, չբացահայտված շուկաներ են, որտեղ մեր տեղացի արտադրողները կարող են դիրքավորվել որպես միասնական միության անդամ:
- ԵՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրներից ներմուծման սակագների դրույքաչափերի աճի հետևանքով Հայաստանում ներմուծումը կփոխարինվի տեղական արտադրությամբ և ԵՏՄ երկրներից ներմուծումներով: Նույնը տեղի կունենա ԵՏՄ այլ երկրներում, ինչը նշանակում է, որ Հայաստանի արտադրանքը անդամ երկրներում կարող է փոխարինել ԵՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրներից ներմուծվող ապրանքներին:
- Ակնկալվում է, որ ԵՏՄ հարաբերությունների ամենաերկարաժամկետ

և հավանական ազդեցությունները լինելու են այլ, ոչ առևտրային օգուտները: Կապիտալի և աշխատուժի ազատ տեղաշարժը, ինչպես նաև միասնական պետական գնումների համակարգը կարող է նոր հեռանկարներ բացել Հայաստանի համար՝ ներդրումներ ներգրավելու և այնպիսի ապրանքներ ու ծառայություններ արտահանելու համար, որոնք այլ կերպ մրցակցային չէին արտահանման համար:

Այս ամենը ենթադրում է, որ Հայաստանի հեռանկարը ԵՏՄ-ում այնքան էլ պարզ չէ: Ավելին, նույնիսկ եթե ինտեգրումը տրամադրում է հնարավորություններ, ապա դրանք պարզապես չեն տրվում, Հայաստանը պետք է մշակի խորը և հեռանկարային ռազմավարություն՝ նախ ստեղծելու և այնուհետև նոր տնտեսական հնարավորությունները օգտագործելու համար:

Ինտեգրման տրամաբանությանը համապատասխանելու համար հնարավորությունների վերլուծությունը և ռազմավարության մշակումը պետք է հիմնված լինեն փուլային մոտեցման վրա: Եթե փորձենք ընդհանրացնել ԵՏՄ-ում Հայաստանի հեռանկարները, ապա կարող ենք դրանք դասակարգել երեք ռազմավարական հորիզոններում, որոնք միմյանցից տարբերվում են տրամադրված հնարավորություններով և, հետևաբար, դրանց համար պահանջվող ռազմավարություններով:

Ռազմավարական հորիզոններ և ԵՏՄ-ում Հայաստանի տնտեսական հնարավորությունների քարտեզագրում

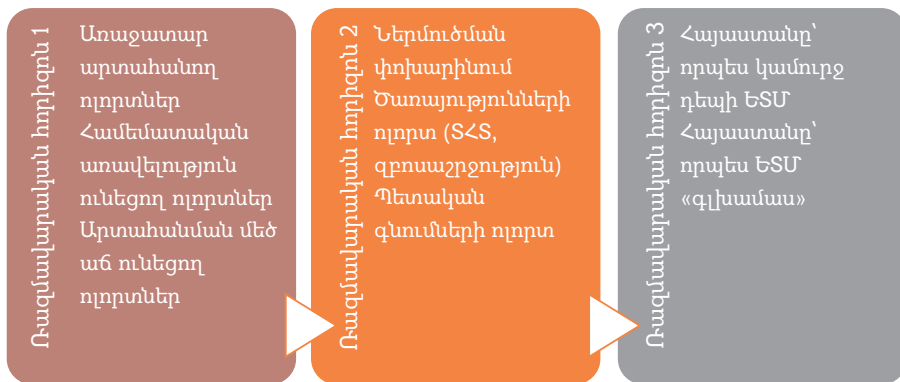


Առաջին ռազմավարական հորիզոնում Հայաստանը պետք է ուշադրություն դարձնի կարճաժամկետ հեռանկարներին, այսինքն, կապիտալիզացնի այն կարողությունները, որոնք առկա են տնտեսության մեջ: Այս փուլում երկիրը պետք է ռեսուրսներ ներդնի այն ոլորտներում, որոնք արդեն իսկ արտահանվում են, հանդիսանում են Հայաստանի առևտրի պորտֆելի առաջատար արտահանվողները և ցույց են տվել համեմատական առավելություններ (այլ ոլորտների հետ համեմատած):

Երկրորդ ռազմավարական հորիզոնը կապված է ներկայումս ԵՏՄ-ում առկա շուկաների հնարավորությունների հետ, սակայն Հայաստանը չունի բավարար կարողություններ դրանք բավարարելու համար: Այս հորիզոնում առանձնացված են երկու խումբ ոլորտներ: Առաջին խումբը վերաբերում է ԵՏՄ երկրներում ներկայումս գործող շուկաներին, որտեղ Հայաստանն ունի ընդլայնվելու որոշ կարողություններ կամ կարող է հեշտությամբ ստեղծել հարակից կարողություններ և օգտագործել շուկաները: Երկրորդ խումբը վերաբերում է ներմուծումներին փոխարինող նորաստեղծ շուկաներին՝ ինչպես Հայաստանում, այնպես էլ ԵՏՄ այլ երկրներում:

Ամենահամապարփակ և հեռանկարային հնարավորությունները ներկայացված են **երրորդ ռազմավարական հորիզոնում**: Այժմ այդ հեռանկարները ակներև չեն և Հայաստանը առայժմ չունի այդ ոլորտ մուտք գործելու կարողություններ: Միևնույն ժամանակ, դրանք ամենաբարձր հավելյալ արժեք ստեղծող ամենամեծ մասշտաբի էֆեկտ ունեցող ոլորտներն են տնտեսության երկարաժամկետ աճի համար: Երրորդ ռազմավարական հորիզոնի առաքելությունն է ոչ թե պարզապես արտացոլումը, այլ նոր տնտեսական հնարավորությունների ստեղծումը: Այս հորիզոնում Հայաստանի ռազմավարության հիմնաքարերը լինելու են ներդրումների ներգրավմանն ուղղված և արտաքին աշխարհում ԵՏՄ «ներկայացուցիչը» դառնալու աշխատանքները:

ԵՏՄ-ում Հայաստանի հնարավորությունների ռազմավարական հորիզոնները. թիրախային տնտեսական ոլորտները ըստ յուրաքանչյուր հորիզոնի



ԵՏՄ-ում Հայաստանի հնարավորությունների քարտեզագրումը երկրի համար բացահայտում է աճի ռազմավարության տարբեր ուղիներ: Որոշ դեպքերում Հայաստանին տրված է գործող շուկաներում և առկա (այսինքն, ներկայումս արտահանվող) ապրանքային խմբերում իր դիրքերն ամրապնդելու հնարավորություն, այլ դեպքերում երկիրը պետք է մշակի ռազմավարություն՝ գոյություն ունեցող ապրանքները նոր շուկաներում վաճառելու համար (օրինակ՝ Ռուսաստանից բացի, այլ ԵՏՄ երկրներ), և ամենաբարդ, բայց ամենախոստումնալից սցենարի դեպքում՝ Հայաստանը պետք է նոր շուկաներ մուտք գործի նոր ապրանքներով: Թեպետ այս վերջինը երկարաժամկետ հեռանկարային տարբերակ է, սակայն այն պահանջում է գործողություններ, որոնք պետք է կատարել հենց հիմա:

Հայաստանի աճի ռազմավարության ուղղությունները ռազմավարական հորիզոնների համար

	Առկա ապրանք	Նոր ապրանք
Գոյություն ունեցող շուկա	Շուկայի ներթափանցում <i>Առաջին ռազմավարական հորիզոն</i>	Ապրանքի մշակում <i>Երկրորդ ռազմավարական հորիզոն</i>
Նոր շուկա	Շուկայի զարգացում <i>Առաջին ռազմավարական հորիզոն</i>	Դիվերսիֆիկացիա Երկրորդ ռազմավարական հորիզոն Երրորդ ռազմավարական հորիզոն

3.2. Առաջին ռազմավարական հորիզոն

3.2.1. Հայաստանի արտահանումների պորտֆելի առաջատարներ

Ավանդաբար Հայաստանի արտահանումը ռեսուրսահեն է եղել: Արտահանման համար ռեսուրսներից կախվածությունը բնորոշ է այն երկրներին, որոնք գտնվում են արտահանման/տնտեսության արդիակա- նացման առաջին փուլում¹: Այդ փուլում տնտեսությանը առաջ են մղում գործոնային ներդրանքները և երկրների մրցակցությունը հիմնված է իրենց ունեցած գործոնային ներդրանքների վրա, հիմնականում բնա- կան պաշարներ և էժան ու բարձր հմտություններ չչափանշող աշխա- տուժ: Այս դեպքում մրցակցության հիմնական գործոնը գինն է: Ավելի բարձր արդյունավետություն ունեցող սխեմաներին անցնելուն զուգըն- թաց, տնտեսության մեջ սկսում են աճել նաև աշխատավարձերը, ինչը նշանակում է, որ երկիրը այլևս չի կարող մրցել՝ հիմնվելով միայն գնային մրցունակության վրա: Այն դուրս է գալիս ծախսարդյունավետ երկրնե- րի խմբից: Այժմ տնտեսությունը գտնվում է տնտեսական զարգացման մեկ այլ փուլում, որը հիմնված է արդյունավետության վրա: Այս փուլում տնտեսությունը միջազգային շուկաներում մրցակցելու համար պետք է ներդրումներ կատարի արտադրության ավելի արդյունավետ ձևեր մշա- կելու և օգտագործելու և իր ապրանքների որակը բարձրացնելու համար: Երրորդ և ամենաառաջադեմ փուլը նորարարությունների վրա հիմնված փուլն է: Այս փուլում մասնակիցների միջև մրցակցությունը հիմնվում է նոր և տարբեր ապրանքների արտադրության վրա, որում օգտագործ- վում են ոչ միայն ամենաառաջատար արտադրական գործընթացները, այլ նաև արդիականացվում են նոր ապրանքները:

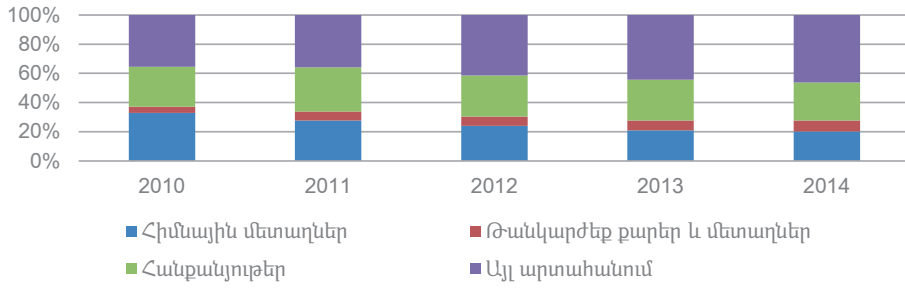
Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի համաձայն, Հայաստանը ժամանակավորապես հետ ու առաջ է շարժվում գործոնների և անցում- նային փուլերի միջև (անցում գործոնների վրա հիմնված փուլից դեպի արդյունավետության վրա հիմնված փուլ):

Թեպետ զգալիորեն բարելավվել է ռեսուրսների կախվածության ցու- ցանիչը², սակայն մի երկրի համար, որը ցամաքային երկիր է և ունի երկու փակ սահման իր չորս հարևանների հետ, իսկ երկրի կառավարությու- նը բազմիցս հայտարարել է Հայաստանը գիտելիքահեն տնտեսություն դարձնելու իր մտադրությունների մասին, Հայաստանի արտահանման պորտֆելում դեռևս մեծ բաժին են կազմում ռեսուրսների վրա հիմնված ոլորտները:

¹ Համաշխարհային տնտեսական ֆորում:

² Ռեսուրսային արտահանման կշիռն ընդհանուր արտահանման մեջ:

Հայաստանի արտահանման կառուցվածքի դինամիկան
Ռեսուրսների վրա հիմնված ոլորտների և մնացած ոլորտների համեմատություն



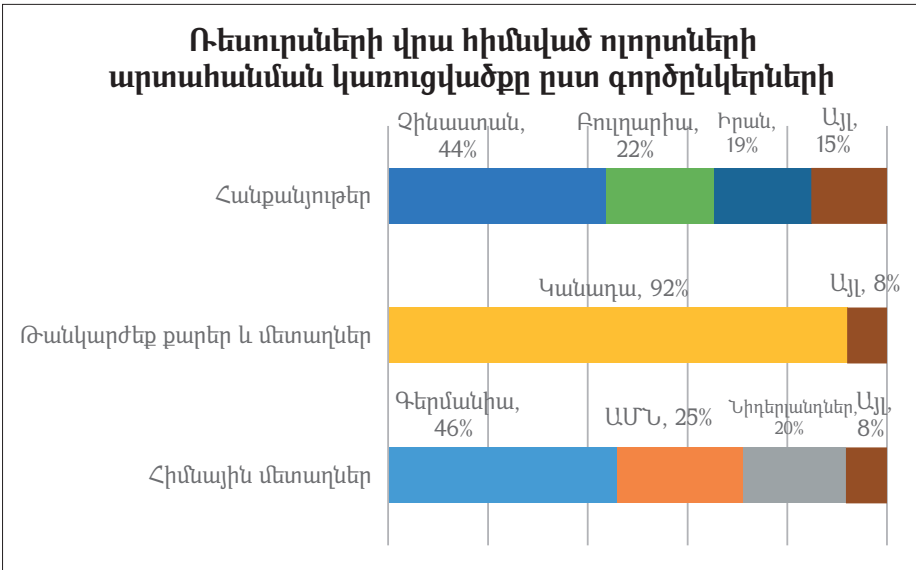
Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի՝ ապրանքների առևտրի տվյալների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Ի լրումն, արտահանման կառուցվածքը չի բարելավվել այլ ոլորտների շնորհիվ, պարզապես միջազգային գների պատճառով նվազել են բնական ռեսուրսների արտահանումները դրամական արտահայտությամբ: Հանքարդյունաբերության և ոսկու արտահանումների արագ աճի շնորհիվ համեմատաբար նույն մակարդակին է մնացել ռեսուրսների վրա հիմնված արտահանումների ցուցանիշը:

Այս ռեսուրսների արտահանումը մեծապես կենտրոնացված է աշխարհագրական առումով: Հիշյալ ապրանքների խմբերի արտահանման մոտավորապես 90%-ը բաժին է ընկնում 1-3 երկրի: Չինաստանը, Բուլղարիան և Իրանը Հայաստանից հանքանյութեր գնող հիմնական երկրներն են, և այդ երկրներ արտահանումների մեջ գերակշռում է պղնձի հանքաքարը: Չնչին քանակությամբ հանքաքար է արտահանվում ԵՏՄ երկրներ, որը կազմում է Հայաստանի արտահանման միայն 0.5%-ը (1.9 միլիոն ԱՄՆ դոլար):

Արտահանվող թանկարժեք մետաղների ավելի քան 90%-ը (հիմնականում ոսկի) արտահանվում է Կանադա: Իսկ Գերմանիա (4%) և Ռուսաստան (2%) արտահանումները կազմում են համապատասխանաբար մոտավորապես 4 միլիոն ԱՄՆ դոլար և 2 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

Հայաստանի հիմնային մետաղների՝ պղնձի, երկաթի և պողպատի կարևոր շուկաները Գերմանիան, ԱՄՆ և Հոլանդիան են: Կրկին, ԵՏՄ երկրները չնչին քանակություն են ներմուծում՝ 1.3 միլիոն ԱՄՆ դոլար, որը կազմում է Հայաստանի հիմնային մետաղների ընդհանուր արտահանման 0.4%-ը:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի ապրանքների առևտրի տվյալների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Սույն ուսումնասիրությունը չի դիտարկում բնական ռեսուրսների արտահանումները՝ որպես արտահանման հնարավորություն ԵՏՄ-ում: Այս ոլորտները արդեն իսկ կայացած են և ունեն որոշակի կառուցվածք: Բնական ռեսուրսների բոլոր աղբյուրները և հանքերը պատկանում և հսկում են արտասահմանյան ընկերությունները: Ի լրումն, շուկայի գները որոշվում են միջազգային շուկաներում և այս ոլորտների հետագա հեռանկարը կախված է ոչ շուկայական տարբեր գործոններից, որոնք ավելի շատ քաղաքական գործոններ են: Այս ոլորտի միակ հնարավոր շուկայական հնարավորությունը (մասնավորապես հիմնային մետաղների) վերամշակող ոլորտների զարգացումն է՝ ավելի բարձր հավելյալ արժեք ունեցող ապրանքներ արտահանելու համար: Սակայն պատշաճորեն կատարված տարբեր ուսումնասիրություններ պարզել են, որ վերամշակման գործարանի կառուցումը Հայաստանում տնտեսապես արդյունավետ չէ:

Սա նշանակում է, որ ռեսուրսների վրա հիմնված հիշյալ ոլորտները այլևս չեն վերլուծվելու սույն ուսումնասիրության մեջ՝ ԵՏՄ-ում նոր շուկաների հնարավորությունների տեսանկյունից:

Ստորև ներկայացված են Հայաստանից արտահանվող հիմնական ապրանքախմբերը՝ բացի բնական ռեսուրսներից (20 միլիոն ԱՄՆ դոլարը գերազանցող արտահանում 2014 թվականին, որը կազմել է Հայաստանի արտահանման 1.5%-ը):

Հայաստանի արտահանման պորտֆելի հիմնական արտահանվող ապրանքները, 2014թ.

Ապրանքային խումբ	Բաժինը Հայաստանի արտահանման մեջ, 2014թ.	Արտահանման արժեք, ԱՄՆ դոլար, 2014թ.
Հանքահումքային արտադրանք	26.1%	389,383,148
Հիմնային մետաղներ	20.3%	302,300,014
Ոգելից խմիչքներ	11.9%	177,011,237
Ադամանդ	7.9%	118,017,982
Ծխախոտ	7.8%	115,881,754
Թանկարժեք և կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ	5.9%	88,241,739
Սարքավորումներ, տեխնիկական սարքեր	3.4%	50,166,363
Մանածագործական իրեր	3.3%	49,899,316
Ձուկ և ծովային մթերքներ	2.0%	30,516,949
Բանջարեղեն և միրգ	1.7%	25,797,804
Ոսկեղեն	1.5%	21,739,954
Իրեր քարից, գիպսից, ապակուց և այլն	1.4%	21,030,074

Աղբյուր՝ ՄԱԿ-ի սպառման ապրանքների առևտրի ցուցանիշների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

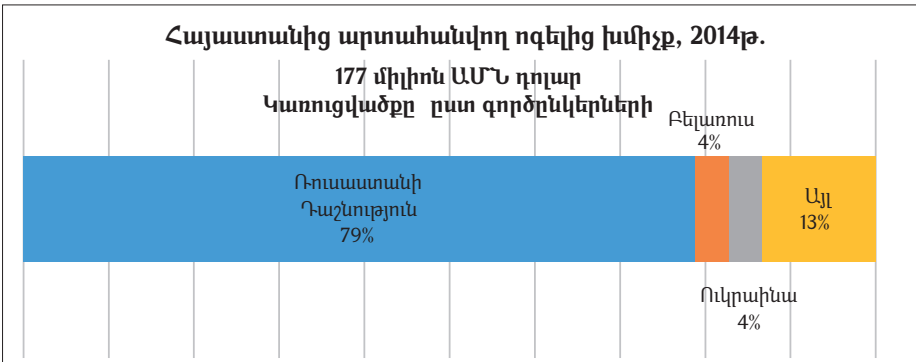
Ոգելից խմիչք

2014 թվականին Հայաստանն արտահանել է 177 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ոգելից խմիչք: Հայաստանից արտահանվող ոգելից խմիչքի մեջ ամենամեծ բաժինն ունի կոնյակը՝ 89%: Այլ ոգելից խմիչքներից համեմատաբար մեծ բաժին ունեն և հեռանկարային են խաղողի գինին՝ 4% և այլ մրգերից պատրաստված գինիները՝ 2%³:

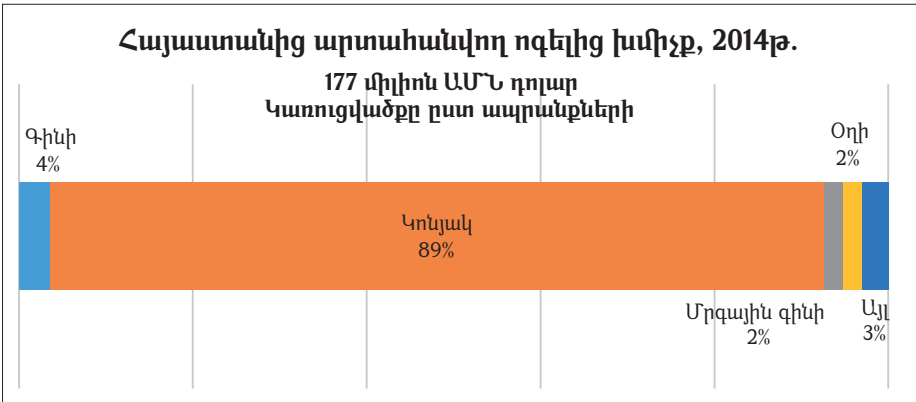
³ Խմորման ենթարկված այլ խմիչքներ (օրինակ՝ սիդր, տանձի սիդր, մեղրաբլմբուլ), որևէ այլ տեղ չնշված կամ չընդգրկված խառնուրդներ խմորման ենթարկված ըմպելիքներից և խմորման ենթարկված ըմպելիքների և ոչ ալկոհոլային ըմպելիքների խառնուրդներ:

Ոգելից խմիչքի ամենամեծ շուկան Ռուսաստանն է, որտեղ սպառվում է այս կատեգորիայի արտահանումների 80%-ը: Երկրորդ ամենաշատ ներկրողը Բելառուսն է: Սակայն Բելառուսի դեպքում իրավիճակը մի փոքր այլ է: Այդ երկիրը ներմուծում է հումք և արտադրում է կոնյակ տեղում՝ Հայաստանի կոնյակ արտադրող ամենամեծ գործարաններից մեկի՝ «Երևանի Արարատ կոնյակի-գինու-օղու կոմբինատ»-ի համագործակցությամբ:

Այսպիսով, բացի Ռուսաստանից, ԵՏՄ այլ երկրներ արտահանումները գործնականում հավասար են զրոյի:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպիրանքների առևտրի վսլյալների բազա, հեղինակի հաշվարկներ



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպիրանքների առևտրի վսլյալների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Հիմնվելով գոյություն ունեցող արտադրական հզորությունների և առկա շուկաների վերլուծության վրա, ԵՏՄ-ում շուկաների ընդլայնման

ամենամեծ հնարավորություններ ունեն կոնյակը, գինին և մրգային գինիները:

Ամենակայացածը հայաստանյան կոնյակի արտահանման շուկաներն են: Ընդհանուր առմամբ Հայաստանից արտահանվում է մոտավորապես 160 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ կոնյակ: Ռուսաստանում կոնյակի ներմուծման շուկան 409 միլիոն ԱՄՆ դոլար է: Ֆիզիկական ծավալների առումով, Հայաստանը ամենամեծ կոնյակ ներմուծողն է Ռուսաստանում: Ռուսական շուկա է մատակարարվում 34 հազար տոննա հայաստանյան կոնյակ, երկրորդ տեղում է ֆրանսիական կոնյակը՝ մինչև 21 հազար տոննա: Սակայն կոնյակ ներմուծող երկու արտասահմանյան մատակարարները հանդես են գալիս շուկայի բացարձակապես տարբեր սեգմենտներում: Ֆրանսիան դիրքավորված է բարձրարժեք սեգմենտում (վաճառքի միջին գինը մեկ կիլոգրամի համար 10 ԱՄՆ դոլար է), մինչդեռ Հայաստանը իր արտադրանքի մեծ մասը վաճառում է շուկայի միջին արժեք ունեցող սեգմենտում (վաճառքի միջին գինը մեկ կիլոգրամի համար 4 ԱՄՆ դոլար է): Ռուսաստանի շուկայի լրացուցիչ ընդլայնումը հնարավոր է 2 հիմնական ճակատներում.

- Օգտագործել և ընդլայնվել բարձրարժեք կոնյակի սեգմենտում և մրցակցել ֆրանսիական կոնյակի՝ 214 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ շուկայի ծավալի հետ:
- Արձագանքել վաճառքի դիվերսիֆիկացման հնարավորություններին և ընդլայնվել ԵՏՄ անդամ չհանդիսացող մատակարարների ավելի ցածրարժեք սեգմենտում: 2014 թվականի դրությամբ, Ուկրաինան, Վրաստանը, Ադրբեջանը և Ուզբեկստանը Ռուսաստանին մատակարարել են 17 հազար տոննա կոնյակ, որի վաճառքի գինը կազմել է 54 միլիոն ԱՄՆ դոլար, ինչը հանդիսանում է Ռուսաստան ներմուծվող կոնյակի 13%-ը: Հայաստանից ներմուծվող կոնյակի գնի հետ համեմատած, հիշյալ երկրներից ներմուծվող կոնյակի միջին գինը ցածր է 20%-ով⁴: Ներկայումս, ԵՏՄ անդամակցությունը կարող է հանգեցնել ռուսական շուկայում հայաստանյան կոնյակի ավելի բարձր գնի մրցակցության: Նման դեպքում, Հայաստանը կարող է մրցակցել նաև շուկայի ավելի ցածրարժեք սեգմենտում և դիտարկել շուկայում ավելի մեծ մասնաբաժին ունենալու տարբերակը:

Ղազախստանի և Ղրղզստանի հանրապետություններից կոնյակի ներմուծման շուկան գտնվում է կայացման փուլում: Երկու հանրապետությունները միասին ներմուծում են ընդամենը 4 հազար տոննա կոնյակ՝ 18 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժեղությամբ: Ի լրումն, այս շուկաներում Հայաստանի

⁴ Որպես 1 կգ ներմուծման վաճառքի գին ընդունվել է միջին գների ցուցանիշը:

կոնյակը ավելի քիչ մրցակցային է՝ փոխադրման բարձր գների պատճառով: Ղազախստանի կոնյակի ներմուծման շուկայում Հայաստանը մրցակցում է Վրաստանի և Մոլդովայի հետ: Վերջին երկու երկրներից մատակարարված կոնյակի միջին գինը 1 կգ համար կազմում է 2.8-3.1 ԱՄՆ դոլար, իսկ Հայաստանից ներմուծված կոնյակի 1 կգ արժե 5.5 ԱՄՆ դոլար:

Եվս 33 միլիոն տոննա կոնյակի արտահանման շուկա կա Բելառուսում: Այդ շուկայի կեսը մատակարարում է Մոլդովան՝ 1 կգ 5 ԱՄՆ դոլարով, մինչդեռ Հայաստանի կոնյակը նույն շուկայում արժե 9 ԱՄՆ դոլար/կգ:

Այսպիսով, ԵՏՄ մյուս 3 երկրները (բացի Ռուսաստանից) ներկայացված են հենց մոտավորապես 50 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժեզույթյամբ կոնյակի ներմուծման շուկաներում: Հայաստանի համար սա ընդլայնման նշանակալից հնարավորություն չէ՝ հաշվի առնելով այն, որ Հայաստանի արտադրանքը չունի գնային մրցունակություն հիշյալ երկրներում: Փոխարենը, Հայաստանը այդ շուկաներ կարող է արտահանել առանց փաթեթավորմամբ կոնյակ, որը կշշայցվի տեղում:

Գինու արտահանման շուկայում իրավիճակը կոնյակի շուկայի նկարագրված պատկերի ճիշտ հակառակն է: ԵՏՄ երկրներ գինու արտահանումը հսկայական է և կազմում է մոտավորապես 1.3 միլիարդ ԱՄՆ դոլար և 726 հազար տոննա (Ռուսաստանի բաժինը դրանում 90% է): 2014 թվականի դրությամբ, Հայաստանը արտահանել է 3.7 հազար տոննա գինի, որի վաճառքի գինը կազմել է 6.3 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

Ոգելից խմիչքի ընդհանուր շուկայում նիշային սեգմենտ ունեն մրգային գինիները: Հայաստանի արտահանումները այս կատեգորիայում գրեթե հավասար են գինու արտահանումներին, և 2014 թվականին դրանք կազմել են 3.9 միլիոն ԱՄՆ դոլար: Տարբեր մրգային գինիների (խաղողից բացի) ԵՏՄ արտահանումները կազմում են 84 միլիոն ԱՄՆ դոլար: Այս սեգմենտի ամենախոշոր արտահանողները Լիտվան, Մոլդովան և Իտալիան են: Ռուսաստանը նույնպես մրգային գինիների խոշոր արտադրող և արտահանող է:

Ոգելից խմիչքի արտահանման շուկաներ, միլիոն ԱՄՆ դոլար, 2014թ.
Արտահանման կառուցվածքը ըստ գործընկերների, %, 2014թ.

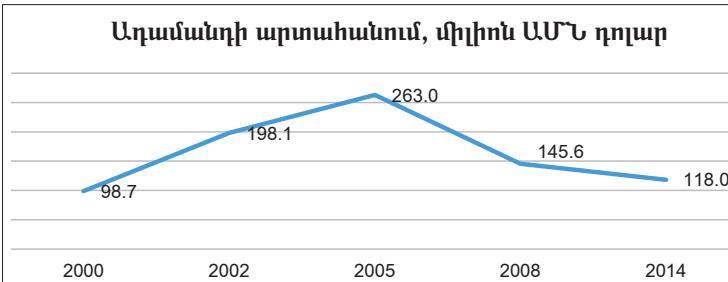
	Ռուսաստան	Ղազախստան	Բելառուս	Ղրղզստան
Կոնյակի ընդհանուր արտահանում	408.7	16.4	33.1	1.7
Ֆրանսիա	52%	33%	0%	24%

Հայաստան	32%	11%	20%	10%
Վրաստան	5%	30%	11%	0%
Մոլդովա	0.4%	17%	47%	9%
Ռուբենկատան	1.2%	0%	0%	49%
Այլ երկրներ	10%	9%	23%	8%
Գինու ընդհանուր արտահանում	1,143	55.7	65.3	4.4
Իտալիա	29%	18%	1%	13%
Ֆրանսիա	21%	14%	1%	11%
Վրաստան	14%	31%	11%	10%
Հայաստան	0.41%	0.02%	0.49%	0%
Մոլդովա	1%	26%	51%	37%
Լատվիա	0%	0%	15%	0%
Այլ երկրներ	34%	11%	21%	42%
Մրգային գինիների ընդհանուր արտահանումներ	78.5	3.1	2.1	0.1
Լիտվա	55%	0%	15%	0%
Իտալիա	19%	1%	0%	0%
Հայաստան	2%	5%	0%	0%
Մոլդովա	0%	78%	19%	34%
Ռուսաստան	0%	12%	25%	51%
Էստոնիա	0%	0%	29%	0%
Այլ երկրներ	24%	4%	26%	15%

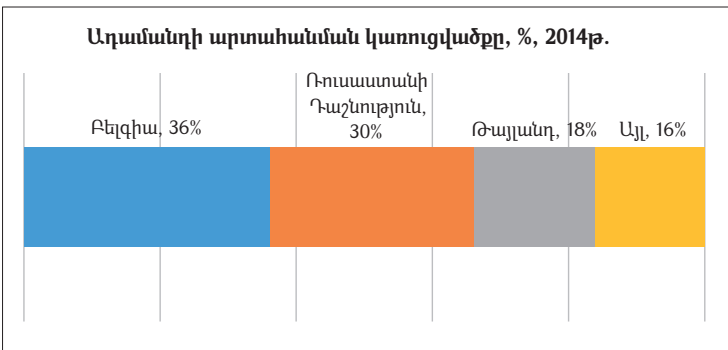
Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման սպրանքների առևտրի զվարճների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Աղամանդ

Հայաստանի արտահանման մեկ այլ նշանակալից մասերից է աղամանդը: Այն չի հաշվարկվում երկրի ռեսուրսահեն արտահանման մեջ, քանի որ աղամանդի հումքը չի ստացվում Հայաստանի սեփական բնական պաշարներից: Հայաստանը ներմուծում է արմատ և մասնագիտացվել է միջին չափի աղամանդ մշակելու աշխատանքներում: Հայաստանում աղամանդագործության ոլորտը առկա էր դեռևս Խորհրդային Միության ժամանակ, երբ Հայաստանը հանդիսանում էր արմատի մշակման ամենախոշոր կենտրոններից մեկը: Երկիրը ունի մշակման զգալի սարքավորումներ և մեծ համբավ է ձեռք բերել միջին չափի աղամանդներ մշակելու գործում: Հայաստանի աղամանդագործության ժամանակակից պատմության ընթացքում ոլորտում աճ արձանագրվեց 2002-2003 թվականներին, երբ շուկա մտան մի քանի միջազգային ընկերություններ, և Հայաստանը Ռուսաստանի հետ ստորագրեց միջպետական պայմանագիր՝ արմատի գնման ու մշակման շահավետ պայմանների և որոշակի չափաբաժնի վերաբերյալ: Սակայն, Ռուսաստանի աղամանդագործության շուկայի ազատականացմամբ, կտրուկ նվազեց համագործակցությունը հայաստանյան մշակողների հետ:



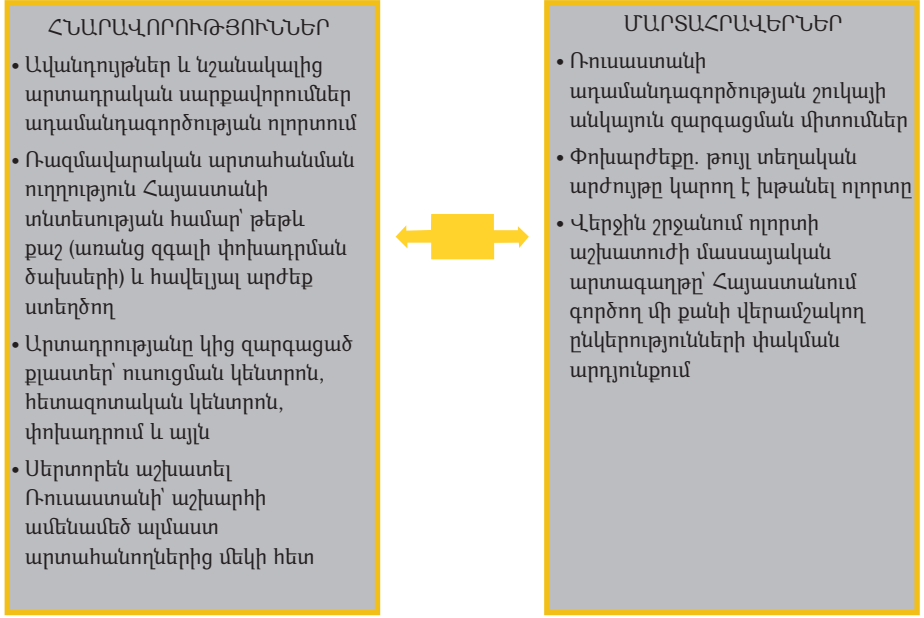
Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման ապրանքների առևտրի վրլյալների բազա



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման ապրանքների առևտրի վրլյալների բազա

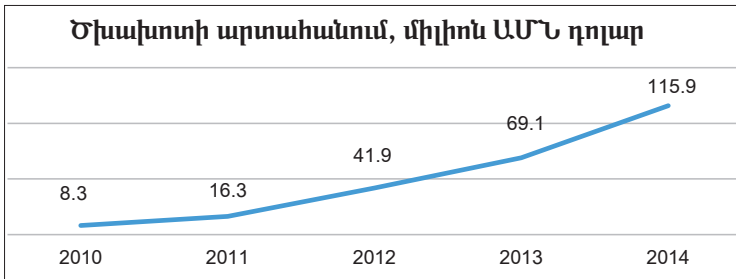
2014 թվականին Ռուսաստանի և Հայաստանի միջև մեկ այլ միջ-պետական պայմանագրով վերացվեց 6.5% արտահանման դրույքաչափը՝ Ռուսաստանից Հայաստան ավաստ ներմուծելիս: Հաշվի առնելով Հայաստանի աշխատուժի գնային առավելությունը՝ Ռուսաստանի աշխատուժի հետ համեմատած և ադամանդի փոխադրման ցածր ծախսերը, տեղական ադամանդագործության ոլորտը կարող է բավականին զրավիչ լինել համագործակցության համար: Այդուհանդերձ, թեպետ Հայաստանը՝ Ռուսաստանի հետ համեմատած, ունի մրցակցային առավելություններ, սակայն նրա դիրքը պակաս մրցակցային է՝ համեմատած ադամանդի մշակման և փայլեցման աշխարհի առաջատարների՝ Հնդկաստանի և Ասիայի հետ: Ադամանդագործության ոլորտում ամենամեծ բաղադրիչը աշխատուժի արժեքն է: Մինչդեռ Հայաստանում՝ սափական երկրների հետ համեմատած, աշխատուժի արժեքը, անշուշտ, ավելի բարձր է:

Այնուամենայնիվ, Հայաստանի ադամանդագործությունը ունի լուրջ ավանդույթներ և դիրքավորված է միջին մեծության ադամանդների մշակման ոլորտում, մինչդեռ սափական երկրները հիմնականում աշխատում են փոքր ադամանդների հետ: Հայաստանի ադամանդագործների աշխատանքը որակված է «գերազանց» պիտակավորմամբ:

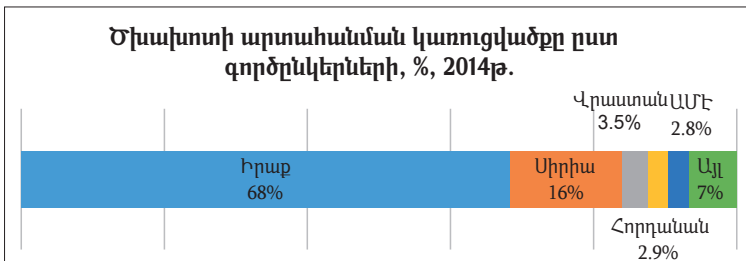


Ծխախոտ

Ներկայումս զարգանում է ծխախոտի արտահանման ոլորտը, որն ունենալով ավելի քան 90% միջին տարեկան աճ, հանդիսանում է արտահանվող ապրանքների ամենաարագ զարգացող ոլորտը Հայաստանում: Երկրի ծխախոտի ամենամեծ սպառողը Իրաքն է, և նրանով է պայմանավորված ոլորտի արագ աճը: Իրաքի մատակարարումները հաստատուն կերպով աճում են և, ըստ հիմնական արտադրողների, այդ շուկան ունի հետագա ընդլայնման հսկայական պոտենցիալ: Իրաքից բացի, Հայաստանը հաջողությամբ ծխախոտ է ներմուծում նաև Միջին Ասիայի այլ երկրներ: 2015 թվականին մոտավորապես 25 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ սիգարետներ են արտահանվել Սիրիա, Հորդանան և ԱՄԷ: Ի լրումն, 10 միլիոն դոլարի ծխախոտ է վաճառվել Վրաստանում, Ռուսաստանում և Թուրքմենստանում:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման ապրանքների առևտրի վալյակների բազա

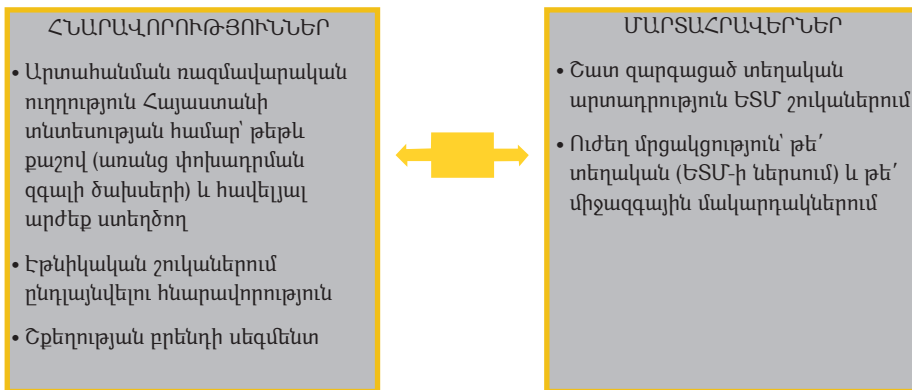


Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման ապրանքների առևտրի վալյակների բազա

ԵՏՍ բոլոր երկրները, բացառությամբ Ղրղզստանի, ունեն ծխախոտի տեղական մեծ արտադրություններ: Սիգարետների մեծ արտահանող է հանդիսանում մասնավորապես Ռուսաստանը, որի արտահանումը 2014 թվականին հաստատուն կերպով աճել է մինչև 560 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

Մինևույն ժամանակ ԵՏՄ երկրները նաև սիգարետների մեծ ներկրողներ են: 2014 թվականի դրությամբ, ԵՏՄ 4 երկրում (բացի Հայաստանից) ընդհանուր ներմուծումները գերազանցել են 300 միլիոն ԱՄՆ դոլարը, որի 30%-ը ներմուծվել է Ռուսաստան: Իսկ Ղազախստանի, Բելառուսի և Ղրղզստանի ներմուծման 63%-ը մատակարարվել է Ռուսաստանի կողմից: Մինչև այժմ ռուսական շուկայում հայաստանյան ծխախոտը գնահատվում և սպառվում է էթնիկ հայերի կողմից: Քանի որ մրցակցությունը ուժեղ է և կան զարգացած տեղական արտադրություններ, այս ապրանքի շուկայի հնարավորությունները նշանակալից չեն Հայաստանի համար: ԵՏՄ-ում Հայաստանը կարող է կենտրոնանալ ավելի թանկարժեք բրենդային սիգարետների շուկայի վրա, ինչպիսիք արտադրում է «SPS Cigaronne»-ը:

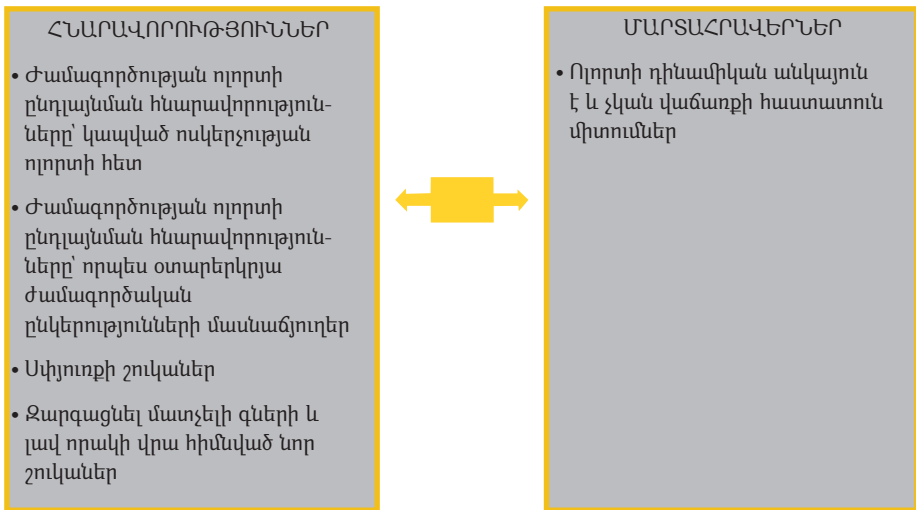
Ծխախոտի արտահանումը հատուկ ռազմավարական նշանակություն ունի Հայաստանի համար՝ հաշվի առնելով դրա թեթև քաշը և ապրանքի ստեղծած հավելյալ արժեքը:



Սարքավորումներ, ճարտարագիտական արտադրանք

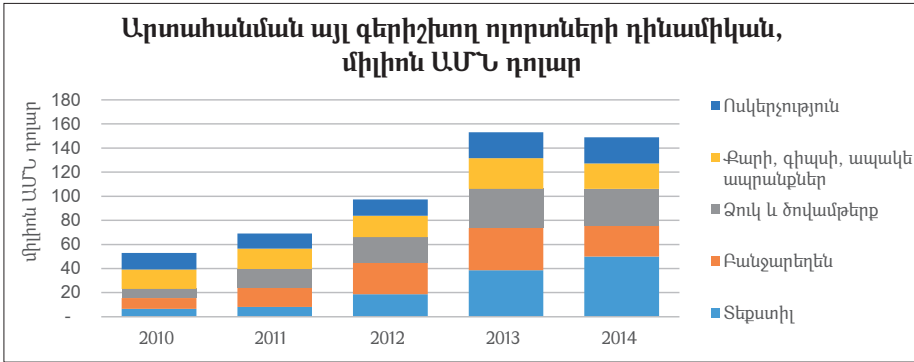
Հայաստանի արտահանման մեջ ամենանշանակալիցը ճարտարագիտական արտադրանքի քլաստերն է, սակայն այն նաև ամենաանկալունն է՝ արտահանման դինամիկայի առումով: Մինչ այժմ այն կախված էր համագործակցության առանձին հնարավորություններից, ինչպիսիք են ինքնաթիռների առանձին մասերի արտահանումը. 2011-2013 թվականների ընթացքում Հայաստանից արտահանվել է այս կատեգորիայի արտադրանք ավելի քան 90 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ, որը 2014 թվականին նվազեց մինչև 2 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

Ներկայումս այս կլաստերի ամենամեծ արտահանումը ժամացույցները և դրանց մասերն են (36%), ներառյալ ժամացույցների կորպուսները, որոնք ավելի շատ ոսկերչական ապրանք են: Հայաստանում ժամագործության ոլորտը հաստատուն և նշանակալից աճ է գրանցել՝ երկրում օտարերկրյա ժամագործական ընկերությունների (շատ դեպքերում դրանց սեփականատերերը հայկական արմատներ ունեն) գործունեությունից հետո: Աճող ոլորտը Հայաստանի կառավարությանը դրդեց այն ընդգրկել ամենագերակա տնտեսական ոլորտներում և 2013 թվականին մշակել ռազմավարություն՝ ոլորտի զարգացման համար: Այս պահի դրությամբ, արտահանումները հիմնականում հիմնված են սփյուռքի շուկաների վրա, սակայն հայաստանյան ժամացույցների մատչելի գների և լավ որակի շնորհիվ, հեռանկարները դրական են նաև ԵՏՄ-ի այլ, սփյուռքի հետ կապ չունեցող շուկաներում:



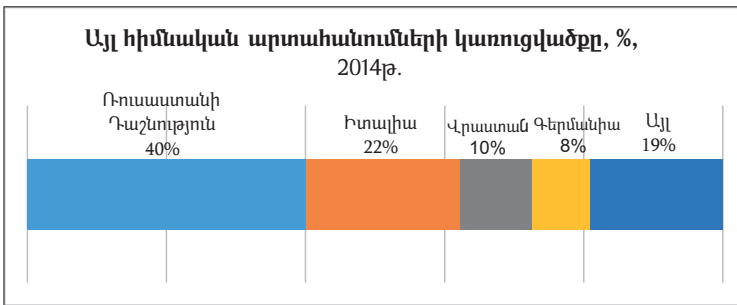
Արտահանման այլ հիմնական ոլորտներ

Հայաստանի արտահանման պորտֆելում նշանակալից բաժիններ ունեցող այլ ոլորտներից են մասնաձագործությունը, ձկան և ծովամթերքի, բանջարեղենի, ոսկերչական ապրանքների արտադրությունը, ինչպես նաև քարից, գիպսից, ապակուց պատրաստված արտադրանքը և այլն: Այս կլաստերները միասին կազմում են Հայաստանի արտահանման 10%-ը և հետևողականորեն աճել են 2010-2014 թվականների ընթացքում՝ տարեկան միջինում 30%-ով:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման սպրանքների առևտրի վալյաների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Առևտրային հիմնական գործընկերները՝ ըստ ընտրված սպրանքատեսակների, Ռուսաստանը, Իտալիան, Վրաստանը և Գերմանիան են:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման սպրանքների առևտրի վալյաների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Հայաստանի մանածագործական արտադրանքը վաճառվում է հիմնականում եվրոպական երկրներում՝ Իտալիա, Գերմանիա և Ֆրանսիա, քանի որ տեղական մանածագործական ընկերությունները հիմնականում աշխատում են եվրոպական ընկերությունների հետ նախապես ստորագրված մեծածավալ պայմանագրերով:

Գյուղատնտեսական սպրանքների արտահանման առյուծի բաժինը գնում է Ռուսաստան, մասնավորապես՝ ձուկ և բանջարեղեն:

Շինարարական նյութերի կլաստերը (գիպսից և քարից իրեր) ունի զարգացման բավականին դրական հեռանկար: Սակայն, սպրանքների ծանր քաշով պայմանավորված, մինչ այժմ այս շուկայում հիմնական առևտրային գործընկերը Վրաստանն է՝ Հայաստանի ամենամոտ հարևանը: Իր

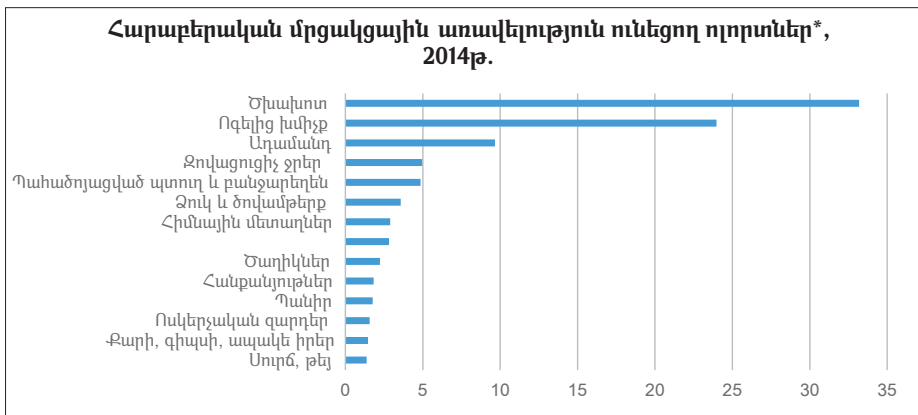
արտահանումը ընդլայնելու համար Հայաստանին անհրաժեշտ է ներդրումներ կատարել թեթև քաշ ունեցող շինարարական նյութերում:

3.2.2. Համեմատական մրցակցային առավելություններ ունեցող ոլորտներ

Առաջին ռազմավարական հորիզոնի հաջորդ թիրախային խմբում արտահանման համար համեմատական մրցակցային առավելություններ ունեցող (ՀՄԱ) քլաստերներն են: ՀՄԱ-ն, կամ այլ կերպ ասած Բալասայի ինդեքսը⁵ ցույց է տալիս, թե որքանով է որևէ մեկ երկիր մասնագիտացել որևէ կոնկրետ ապրանքի/քլաստերի վաճառքի հարցում:

ՀՄԱ տեսանկյունից որևէ երկիր համարվում է մասնագիտացված որևէ ապրանքի արտահանման հարցում, եթե այդ ապրանքի արտահանման մասնաբաժինը ավելի բարձր է տվյալ երկրի արտահանման կառուցվածքում, քան միևնույն ապրանքի համաշխարհային արտահանման մասնաբաժինը ընդհանուր համաշխարհային արտահանման մեջ: Որևէ երկիր ունի համեմատական առավելություն այն ապրանքների արտահանման համար, որոնց ՀՄԱ ցուցանիշը 1-ից բարձր է:

Եթե մի կողմ դնենք նախկինում քննարկված ոլորտները, ապա զովացուցիչ ջրերը և պահածոյացված մրգերը և բանջարեղենը այն ոլորտներն են, որոնք մեծ հետաքրքրություն են ներկայացնում Հայաստանի ՀՄԱ ունեցող ոլորտներում 2014 թվականին:

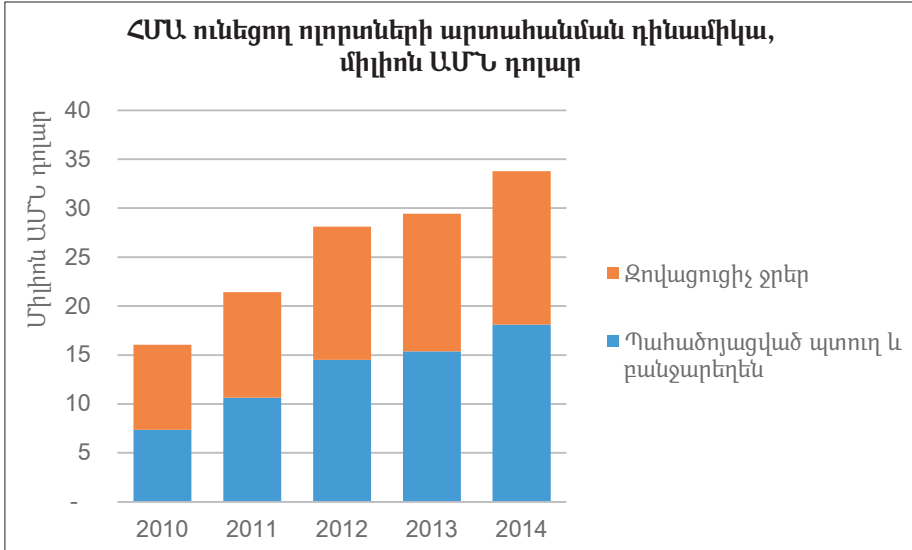


Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի ապտոման ապրանքների առևտրի վրլյալների բազա, հետլիսակի հաշվարկներ

**Ոլորտներ, որտեղ ՀՄԱ ինդեքսը մեծ է 1-ից:*

⁵ Balassa, Bela; Marcus Noland (1989).

Այս ոլորտների արտահանումը միասին կազմում է 33 միլիոն ԱՄՆ դոլար: Դրանք ամենադինամիկ աճող ոլորտներն են, որոնց տարեկան աճի տեմպը 2010-2014 թվականներին կազմել է 20%:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպասման սալրանքների առևտրի վալյակների բազա

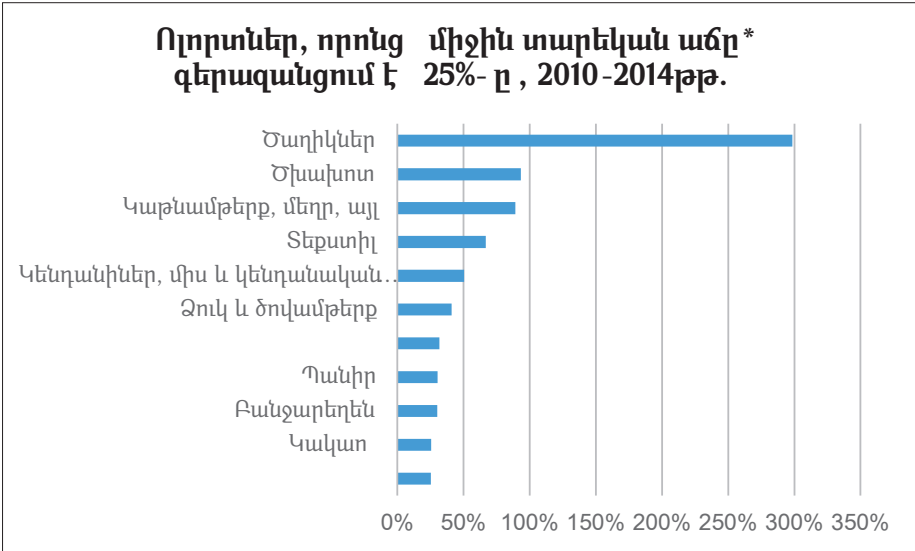
Հակառակ տպավորիչ աճի տեմպերի, այս ոլորտները չեն առանձնանում բարձր մրցունակությամբ: Ներկայումս հիմնական շուկաները Ռուսաստանի (79%) և ԱՄՆ-ի (6%). հայկական արմատներ ունեցող հայերն են: Պահածոյացված պտուղ-բանջարեղենի ոլորտը մեծամասամբ հիմնված է ձեռքի աշխատանքի վրա, և չկան արդիական ավտոմատացված արտադրության սարքավորումներ: Վերջինիս բացակայությունը սահմանափակում է արտադրական կարողությունները, բարձրացնում է արտադրական ծախսերը և սահմանափակում է որակի միջազգային հավաստագրման հնարավորությունները:

3.2.3. Արտահանման բարձր աճ ունեցող ոլորտներ

Արտահանման մեծ աճ ունեցող քլաստերները այն ռազմավարական ուղղություններն են, որոնք շատ գրավիչ են ներդրումների համար: Նույնիսկ եթե այդ ոլորտները գերիշխող դիրք չունեն արտահանման ընթացիկ պորտֆելում, այդուհանդերձ դրանք բռնել են տպավորիչ զարգացման ուղին, ինչը մատնանաշում է անհրաժեշտ տարածքի և

շուկայական գործոնների առկայության մասին, որոնցից կարելի է օգտվել հետագայում:

Կրկին, եթե մի կողմ դնենք արդեն իսկ քննարկված ոլորտները, ապա արդյունավետության լավ աճ ունեցող ոլորտների թվում կարելի է առանձնացնել ծաղիկների աճեցման, կաթնամթերքի և պանրի քլաստերները:



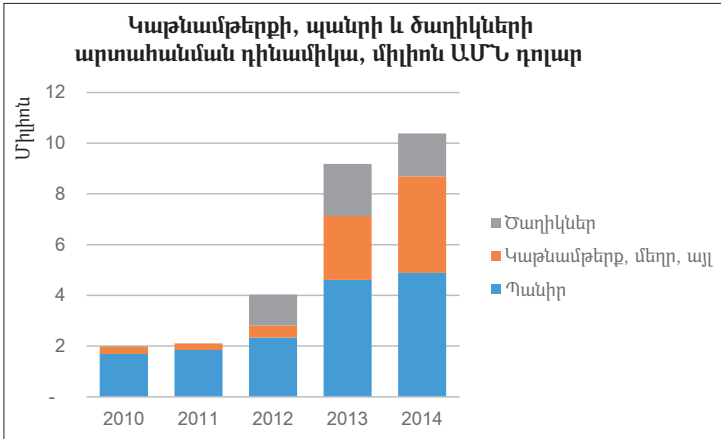
Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի սպառման ասպրանքների առևտրի վրլյալների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

**Համակցված տարեկան աճի տեմպ*

Կաթնամթերք ու պանիր, ծաղիկներ

Երկու ոլորտներն էլ ունեն արտահանման աճի փոքր, բայց հաստատուն ծավալներ: Կաթնամթերքի ու պանրի 99%-ը արտահանվում է Ռուսաստան: Հայաստանյան պանիրը ունի բավականին կայուն շուկա Ռուսաստանում: Այդուհանդերձ, պանրի շուկայի արագ ընդարձակման հնարավորությունները բավականին սահմանափակ են, քանի որ տեղական մատակարարումը չափազանց մասնատված ու ոչ հետևողական է:

Ծաղիկների աճող արտահանումը մատնանշում է գրավիչ հեռակարներ ոչ միայն այդ կոնկրետ ասպրանքի շուկայում, այլ ընդհանուր առմամբ նաև ջերմոցների ասպրանքների համար: Ներկայումս ծաղիկների արտահանման շուկաները Ռուսաստանը (74%), Վրաստանը և Բելառուսն են:



Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի ապստաման ապրանքների առևտրի տվյալների բազա

3.3. Ռազմավարական հորիզոն 2

3.3.1. Ներմուծման փոխարինում

Ներդիր. առևտրի ստեղծման և առևտրի շրջանցման էֆեկտները մաքսային միությունում

Ազատ առևտրի միջավայրում երկրներն առևտուր են իրականացնում այն գործընկերների հետ, որոնք տրամադրում են ամենամրցունակ ապրանքները: Նման դեպքում մրցակցությունը հիմնված է շուկայական գործոնների վրա՝ ապրանքների և ծառայությունների մատուցման համեմատական առավելությունների: Համաշխարհային շուկայում երկրները մասնագիտանում են այն ապրանքների արտահանման մեջ, որոնք նրանք արտադրում են ավելի բարձր արդյունավետությամբ և, հետևաբար, ավելի ցածր գներով: Ներմուծող երկրներն, անշուշտ, նախընտրում են ներմուծել ավելի էժան մատակարարներից, որոնք օգտագործում են իրենց արտադրության ծախսային առավելությունները՝ միջազգային շուկաներում դառնալով առաջատար մրցակցային գնագոյացման միջոցով:

Այնուամենայնիվ, երբ ստեղծվում են մաքսային միություններ, ապա դրանցում առևտրային հոսքերը և դրանց ուղղությունները առաջնորդվում են նաև ոչ շուկայական գործոններով, ինչպիսիք են, տարբեր մաքսատուրքերը անդամ և ոչ անդամ երկրների համար: Ազատ առևտրի գոտում երկրները մրցունակություն են ձեռք բերում շնորհիվ իրենց ավելի ցածր (կամ զրոյական) դրույքաչափերի: Իսկ այն երկրների ապրանքները, որոնք ի սկզբանե ծախսարդյունավետ էին, դառնում են ավելի թանկ

ավելի բարձր դրույքաչափերի պատճառով: Այսպիսով, ոչ արդյունավետ արտադրողները դառնում են պաշտպանված և առավելություն են ստանում ավելի արդյունավետների նկատմամբ՝ իրենց մաքսային միության կանոնակարգերի միջոցով:

Զ. Վայները⁶ երկու հնարավոր էֆեկտներ է տարբերակում մաքսային միություն ստեղծելու և խաղի կանոնները փոխելու արդյունքում: Առևտրի ստեղծման էֆեկտը առաջանում է, երբ անդամ երկրներում ազատ առևտուրը և սակագների վերացումը հանգեցնում է մաքսային միությունում արտադրված ապրանքների արտադրական ծախսերի նվազեցման և գների իջեցման: Դրա արդյունքում բարձրանալու է պահանջարկը այդ ապրանքների նկատմամբ ընդհանուր առմամբ, և առաջանելու է լրացուցիչ ստեղծված առևտուր:

Առևտրի շրջանցման էֆեկտը չի մեծացնում ապրանքների սպառումը: Այն պարզապես վերաբաշխում է գոյություն ունեցող շուկայական մասնաբաժինները և փոխում է ներմուծման կառուցվածքը ի շահ մաքսային միության անդամների, որոնք ձեռք են բերում գնային մրցունակություն սակագների շնորհիվ՝ ոչ անդամ երկրների հետ համեմատած:

ԵՏՄ-ում առևտրի ստեղծման էֆեկտների հեռանկարները Հայաստանի համար առայժմ խիստ մշուշոտ են: Հաշվի առնելով առկա տնտեսական միտումները, ճգնաժամի շարունակական և ամրապնդվող նշանները, մեծ հույսեր չկան, որ կավելանա սպառումը և նկատելի կլինեն առևտրի ստեղծման էֆեկտներ ԵՏՄ-ում:

Միևնույն ժամանակ, հնարավոր առևտրի շրջանցման էֆեկտները բավականին շոշափելի են Հայաստանի համար: ԵՏՄ կանոնակարգերով կիրառվող առևտրի քաղաքականությունն բավականին ոչ ազատական է: Սա նշանակում է, որ ոչ ԵՏՄ երկրներից ներմուծումները շատ թանկ են կամ կդառնան շատ թանկ՝ լայն հնարավորություններ առաջացնելով ներմուծման փոխարինման համար:

Տեղական արտադրողները պետք է իրենց ռազմավարությունները համապատասխանեցնեն իրենց արտադրական հզորություններին՝ ներմուծման փոխարինման հնարավորությունները երկու ուղղություններում դիտարկելու համար.

- Փոխարինել ոչ ԵՏՄ երկրներից ներմուծումները Հայաստանի համար,
- Փոխարինել ոչ ԵՏՄ երկրներից ներմուծումները ԵՏՄ այլ անդամների՝ Ռուսաստանի, Ղազախստանի, Բելառուսի և Ղրղզստանի համար:

⁶ Մաքսային միության հիմնախնդիրը, 1950թ.:

Հարկ է խնամքով կատարել ներմուծման փոխարինման հնարավորությունների գնահատումը, քանի որ շատ դեպքերում ներմուծման մաքսադրույքների աճը կանդրադառնա նաև ներքին արտադրությանը՝ տեղական արտադրողների համար անհնարին դարձնելով ծախսային առավելություններ ձեռք բերելը՝ ներմուծողների հետ համեմատած:

Ներմուծման փոխարինում Հայաստանում

Ամենայն հավանականությամբ ներմուծման փոխարինման էֆեկտ կլինի այն ապրանքների համար, որոնք.

- Ունեն ներմուծման մեծ բաժին երկրի ներմուծման կառուցվածքում
- Ներմուծվում են հիմնականում ԵՏՄ երկրներից
- Այն ապրանքներն են, որոնց մաքսատուրքերը ամենաշատն են փոփոխվելու
- Ունեն տեղական արտադրության ավանդույթ/ռեսուրսներ/կարողություններ

Ստորև ներկայացվում է հիշատակված չափորոշիչներով ընտրված ապրանքների ցուցակը:

Անվանում	Ներմուծում, 2014թ. ԱՄՆ դոլար	Շարք	ԵՏՄ դրույքաչափերի ուժի մեջ մտնելու տարի
Միս և թռչնի մսի վերամշակումից ստացված սննդամթերք	40 միլիոն	10-25	2022
Մսից, դրա վերամշակումից կամ արյունից պատրաստած երշիկեղեն և համանման սննդամթերք	7 միլիոն	5-10	2015
Սպիրտային խմիչքներ, լիկյորներ և այլ սպիրտային խմիչքներ, սպիրտային թուրմեր	35 միլիոն	>10	2015
Ծխախոտ	43 միլիոն	10-25	2015
Դեղորայք, որևէ այլ տեղ չնշված	83 միլիոն	5-10	2015
Կահույք և դրա մասեր	20 միլիոն	>10	2015

Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի լայն սպառման ապրանքների առևտրի փոխանցների բազա, հեղինակի հաշվարկներ

Թեպետ Հայաստանը բանակցեց արտոնյալ ժամանակաշրջանի համար՝ մինչև նոր մաքսադրույքներին անցնելը, սակայն նույնիսկ եթե դա տեղի ունենա 2022 թվականին, ապա տնտեսությունը պետք է զարգացնի ոլորտները նշված ուղղություններով՝ իր սեփական տեղական պահանջարկը բավարարելու համար:

Ներմուծման փոխարինում այլ ԵՏՄ երկրներում

Ակնկալվում է, որ քննարկված առևտրի շրջանցման էֆեկտը կդիտարկվի նաև ԵՏՄ երկրների շուկաներում: Եվրասիական մաքսային միության միասնական մաքսատուրքերի դրույքաչափերը հիմնականում հիմնված են ՌԴ-ում գործող առևտրային դրույքաչափերի վրա: Ի լրումն, արդեն մի քանի տարի է, ինչ Ղազախստանը և Բելառուսը անցել են միասնական դրույքաչափերի: Սա նշանակում է, որ այդ երկրների համար չկան ներմուծման դրույքաչափերի կտրուկ փոփոխություններ, որոնք կարող են զգալիորեն ազդել նրանց արտաքին առևտրի միտումների վրա:

Այնուամենայնիվ, այժմ գոյություն ունեն առևտրի շրջանցման հսկայական հնարավորություններ, որոնք մեծամասամբ կապված են ներկա աշխարհաքաղաքական իրավիճակի և Ռուսաստանի արտաքին քաղաքականության ու տարբեր երկրների առնչությամբ վերջինիս դիվանագիտական հարաբերությունների հետ:

Ռուսաստանի արգելքը ներմուծվող ապրանքների վրա

2014 թվականի մարտին ԵՄ, ԱՄՆ և Մեծ յոթնյակի այլ երկրներ հայտարարեցին Ռուսաստանի նկատմամբ տնտեսական պատժամիջոցներ կիրառելու իրենց որոշման մասին (հիմնականում՝ ռազմական, էներգետիկայի և ֆինանսական բնագավառներում), այդ կերպով արձագանքելով Ղրիմի հակամարտությանը և Ռուսաստանի մասնակցությանը դրանում:

Ռուսաստանն ուներ դրա անհապաղ և ազդեցիկ պատասխանը: 2014 թվականի ամռանը ՌԴ կառավարությունը հայտարարեց Ռուսաստանի նկատմամբ պատժամիջոցներ կիրառող երկրներից մի շարք լայն սպառման ապրանքների ներմուծման լայնածավալ արգելքի մասին: Արգելված լայն սպառման ապրանքների և ապրանքատեսակների ցուցակում ընդգրկված էին.

- տարբեր տեսակի մսամթերք՝ թարմ, սառած կամ սառեցված, տավարի, խոզի և թռչնի,

- տարբեր տեսակի ճուկ և ծովային մթերք,
- կաթ և կաթնամթերք (բացի լակտոզ չպարունակող հատուկ կատեգորիաներից),
- բանջարեղեն, միրգ և ընդեղեն (բացի փոքրաթիվ ապրանքներից),
- երշիկեղեն և այլ վերամշակված մսամթերք,
- տարբեր տեսակի սննդամթերք:

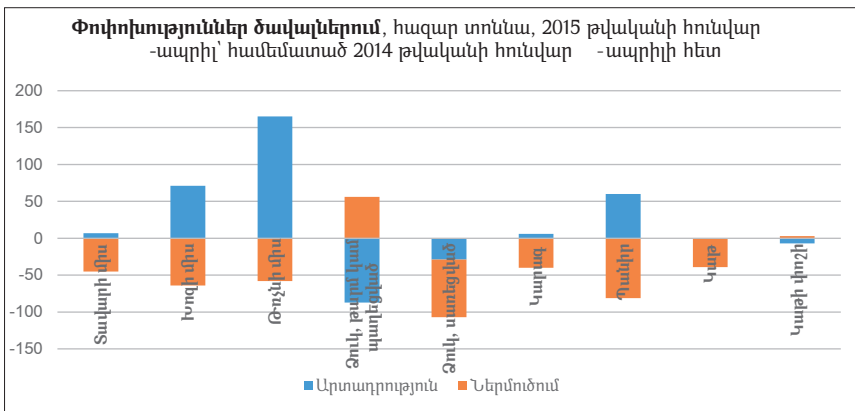
Արգելքը տարածվում էր ԵՄ անդամ պետությունների, ԱՄՆ-ի, Կանադայի, Ավստրալիայի և Նորվեգիայի վրա:

ՌԴ կառավարությունը իր որոշումը հիմնավորեց ակնկալվող ներմուծման փոխարինման էֆեկտով և որպես արդյունք տեղական գյուղատնտեսական ու սննդամթերքի արտադրության ոլորտների ընդլայնմամբ: Սակայն, տեղական պահանջարկը բավարարող տեղական արտադրության զարգացման համար անհրաժեշտ է 3-5 տարի, առնվազն որոշ գյուղատնտեսական ոլորտներում: Կարճաժամկետ կտրվածքում պարզապես տեղի ունեցավ անցում՝ մի ներմուծողից մեկ այլ ներմուծողին: Տեղական արտադրության որևէ նշանակալից աճ չարձանագրվեց, փոխարենը՝

- Ռուսաստանը սկսեց առևտուր կատարել պակաս մրցակցային գործընկերների հետ: Ավստրալիայից (տավարի սթեյք) և ԱՄՆ-ից (թռչնի միս) մատակարարվող միսը փոխարինվեց Ուրուգվայից, Պարագվայից, Արգենտինայից, Բրազիլիայից և ԱՊՀ երկրներից ներմուծվող մսով:
- Բելառուսը զգալիորեն մեծացրեց իր մասնաբաժինը Ռուսաստան ներմուծվող կաթնամթերքի մեջ:
- Թե՛ տեղական մատակարարները և թե՛ ներմուծողները արհեստականորեն բարձրացրեցին իրենց գները՝ առաջացնելով չհիմնավորված գնաճ ողջ տնտեսությունում: Արդյունքում, տեղական շուկան սկսեց սպառել ցածրորակ ապրանքներ ավելի բարձր գներով:
- Լայնորեն տարածվեց մաքսանենգությունը: Եվրոպական արտադրողները հեշտությամբ ուղիներ էին գտնում ռուսական շուկայում իրենց մատակարարումները վերսկսելու համար: Ապօրինի ներմուծումների հիմնական ձևը արգելված ապրանքները այլ ապրանքատեսակների անվանման տակ հայտարարագրելն էր (օրինակ՝ կաթնամթերքը հայտարարագրվում էր որպես առանց լակտոզի կաթնամթերք) և ապրանքների ծագման երկրները կեղծելը (օրինակ՝ Բելառուսում փաթեթավորված եվրոպական ապրանքներ):

Ինչպես արդեն նշվեց, արգելելի մասին որոշումը գրեթե 100%-ով հիմնավորված էր քաղաքական գործոններով և ազգային անվտանգության պատճառներով, ի պատասխան Ռուսաստանի դեմ կիրառված պատժամիջոցների: Ռուսաստանի դեմ տնտեսական պատժամիջոցների հնարավոր վերացման մասին քննարկումները վերսկսվեցին Փարիզի վերջին ահաբեկչական հարձակումներից և սիրիական հակամարտության մեջ Ռուսաստանի մասնակցությունից հետո: ԵՄ գտնվում է իր արտադրողների ճնշման տակ, ովքեր պահանջում են վերսկսել տնտեսական հարաբերությունները Ռուսաստանի հետ: Ի լրումն, Միջին Ասիայում ԻՊ–ի դեմ պայքարում Ռուսաստանի հետ առաջացած ռազմական դաշինքը առաջ պլան է մղում Ռուսաստանի հանդեպ քաղաքականության պոտենցիալ փոփոխությունները: Սակայն, վերջերս ԱՄՆ հայտարարեց իր պատժամիջոցների ցուցակի ընդլայնման մասին, իսկ որոշ ԵՄ քաղաքական այրեր հայտարարեցին նաև, որ Ռուսաստանի նկատմամբ պատժամիջոցների վերանայման որևէ պատճառ չկա, քանի որ վերջինս չի կատարում Ղրիմի հակամարտության կարգավորման համար սահմանված պահանջները:

Ինն ամիս տևող արգելքից հետո իրավիճակը ռուսական շուկայում տարբեր է՝ ըստ ապրանքատեսակների: Մի շարք դեպքերում էսպես ընդլայնվել է տեղական արտադրությունը՝ ներմուծումների կրճատումը ծածկելու համար: Այնուամենայնիվ, ընդհանուր վիճակը այլ է: 2015 թվականի հունվար-ապրիլ ամիսներին ներմուծման և արտադրության ծավալները ընդհանուր առմամբ նվազել են 160 հազար տոննայով՝ համեմատած 2014 թվականի նույն ժամանակաշրջանի հետ (չհաշված բանջարեղենը և միրգը): Այսպիսով, առկա է զգալի դիֆիցիտ արգելված ապրանքների գրեթե բոլոր շուկաներում:



Աղբյուրը՝ ՌԴ կառավարության վերլուծական կենտրոն, 2015թ., օգոստոս

Պատժամիջոցներ Թուրքիայի դեմ

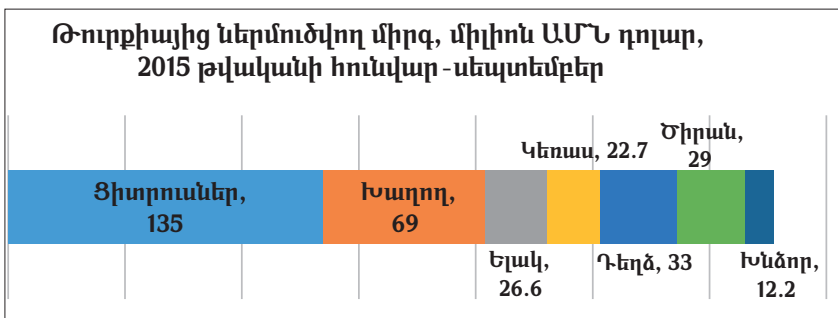
Ռուսաստանը հայտարարել է Թուրքիայի նկատմամբ պատժամիջոցների ցուցակ պատրաստելու և նրա հետ գործընկերությունը սահմանափակելու իր մտադրությունների մասին՝ վերջինիս կողմից իր ռազմական ինքնաթիռը խոցելուց հետո:

Պատժամիջոցներն ընդգրկելու են.

- թուրքական ընկերությունների գործունեության սահմանափակում Ռուսաստանում և ռուսական ընկերությունների գործունեության սահմանափակում Թուրքիայում,
- թուրքական ապրանքների Ռուսաստան ներմուծելու արգելք,
- Թուրքիայի քաղաքացիների վիզային ռեժիմի վերանայում և դեպի Թուրքիա զբոսաշրջիկների հոսքերի սահմանափակում:

Արգելվող ապրանքների ցուցակը դեռևս չի հրապարակվել: Այնուամենայնիվ, պաշտոնական հայտարարությունների համաձայն, այն առաջին հերթին հարվածելու է գյուղատնտեսական ապրանքներին, մասնավորապես միրգ ու բանջարեղենին: 2014 թվականին Թուրքիան Ռուսաստան է արտահանել է 1.8 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժողությամբ⁷ գյուղմթերք և վերամշակված սննդամթերք, որը կազմում է այս կատեգորիայում Ռուսաստանի ներմուծումների 4.3%-ը:

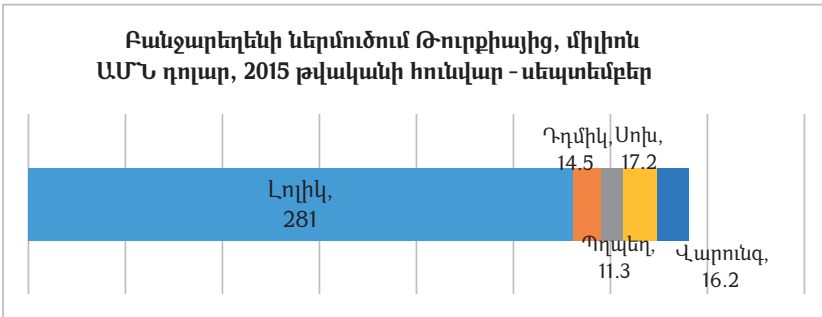
Միայն 2015 թվականի առաջին երեք կիսամյակներում Ռուսաստանը Թուրքիայից ներմուծել է մոտավորապես 750 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ միրգ ու բանջարեղեն: Ներմուծվող մրգերի մեջ գերիշխում են ցիտրուսային մրգերը՝ 135 միլիոն ԱՄՆ դոլար և խաղողը՝ 69 միլիոն ԱՄՆ դոլար:



Աղբյուր՝ ՌԴ-ի դաշնային մաքսային ծառայություն:

⁷ՌԴ-ի դաշնային մաքսային ծառայություն:

Թուրքիան հանդիսանում է նաև առաջատար լուիկ ներմուծող Ռուսաստանում, նրան է բաժին ընկնում Ռուսաստանին մատակարարվող տոմասի մածուկի 50%-ը: 2015 թվականին Թուրքիան ռուսական շուկա է մատակարարել ավելի քան 290 հազար տոննա լուիկ, որի արժեքը կազմում է 280 միլիոն ԱՄՆ դոլար:



Աղբյուր՝ ՌԴ-ի դաշնային մաքսային ծառայություն:

Հարկ է նշել, որ Թուրքիայից ներմուծումները ավելացել են ավելի քան 30%-ով միայն Ռուսաստանի կողմից եվրոպական երկրների նկատմամբ արգելքներ սահմանելուց հետո:

Այժմ արգելքը վերաբերում է մրգերին և բանջարեղենին, սակայն քննարկվում են նաև արդյունաբերական ապրանքների հնարավոր սահմանափակումները: Թուրքիան մանածագործական ապրանքների (2015 թվականի հունվար-սեպտեմբեր ամիսներին՝ 290 միլիոն ԱՄՆ դոլար), պլաստմասե իրերի (2015 թվականի հունվար-սեպտեմբեր ամիսներին՝ 166 միլիոն ԱՄՆ դոլար) և շինարարական նյութերի (2014 թվականին՝ 41 միլիոն ԱՄՆ դոլար) մեծ մատակարար է:

Ճամփորդության և զբոսաշրջության ոլորտը Ռուսաստանի և Թուրքիայի միջև տնտեսական կապերի կարևոր ոլորտ է հանդիսացել: Հաշվարկների համաձայն, ամեն տարի Թուրքիա են այցելում մոտավորապես 4.5 միլիոն ռուսաստանցի զբոսաշրջիկներ: Այս ոլորտում Թուրքիայի տարեկան ընդհանուր եկամուտները կազմում են մոտավորապես 10 միլիարդ ԱՄՆ դոլար⁸:

Պատժամիջոցներ Ուկրաինայի դեմ

2015 թվականի օգոստոսին ՌԴ կառավարությունը հրապարակեց այն երկրների ընդլայնված ցուցակը, որոնցից արգելվում էր ներմուծումը:

⁸ Զբոսաշրջության դաշնային գործակալություն՝ Ռուստուրիզմ:

Նոր ցուցակում ընդգրկված էին Ալբանիան, Իսլանդիան և Մոնտենեգրոն: Հատուկ որոշում էր ընդունվել Ուկրաինայի վերաբերյալ: Հայտարարվեց, որ եթե երկիրը վավերացնի ազատ առևտրի ռեժիմը ԵՄ-ի հետ, ապա ԵՄ ասոցացման համաձայնագրի տնտեսական մասով Ուկրաինան կընդգրկվի Ռուսաստանի կողմից արգելված երկրների շարքում: Հաշվարկների համաձայն, Ուկրաինայի մուտքը ԵՄ ազատ առևտրի գոտի կնշանակի 1.6 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի կորուստ Ռուսաստանի համար: Իսկ Ռուսաստանի պատասխանը՝ իր շուկան Ուկրաինայի համար փակելը, կարժենա 600 միլիոն ԱՄՆ դոլար միայն 2016 թվականին:

Այս պահի դրությամբ, թե՛ Ուկրաինան և, հետևաբար, թե՛ Ռուսաստանը հայտարարել են իրենց վերջնական որոշումները: 2016 թվականի հունվարի մեկից Ռուսաստանը փակում է իր սահմանները նախապես սահմանված ուկրաինական ծագում ունեցող մի շարք ապրանքների ներմուծման համար:

Այս իրավիճակին պատրաստվելով, երկու կողմերն էլ կրճատում էին կախվածությունը միմյանցից: 2015 թվականի հունվար-սեպտեմբեր ամիսների դրությամբ, ներմուծվող գյուղապրանքների և վերամշակված սննդամթերքի բաժնում Ռուսաստանի ներմուծումը կրճատվել է մինչև 3.2% այս կատեգորիաներում: Այդուհանդերձ, վերջերս հայտարարված արգելքը վերաբերում է առևտրի նշանակալից ծավալներին: Միայն 2015 թվականի առաջին երեք եռամսյակներում Ուկրաինան արտահանել է 20.5 միլիոնա տոննա խոզի միս, 15.3 միլիոն տոննա տավարի միս, 7 միլիոն տոննա բանջարեղեն, 874 հազար տոննա կաթնաշոռ, 40 հազար տոննա կաթ և 20 հազար տոննա կարագ:

Սա ներմուծման փոխարինման հսկայական հնարավորություններ է բացում այլ մատակարարների համար:

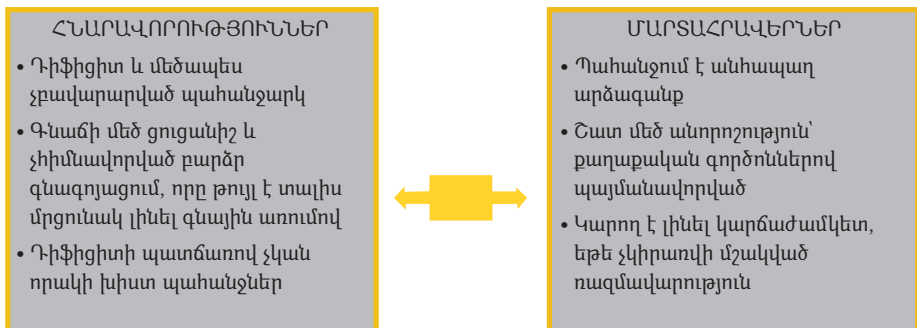
Պատժամիջոցներ դեպի Եգիպտոս զբոսաշրջության համար

Եգիպտոսի Սինայի թերակղզում ռուսական ինքնաթիռի ողբերգական վթարից հետո Ռուսաստանը որոշեց դադարեցնել իր բոլոր ճամփորդական և զբոսաշրջային հոսքերը դեպի Եգիպտոս: Մինչդեռ վերջինս հանդիսացել է երկրորդ (Թուրքիայից հետո) ամենաշատ այցելվող զբոսաշրջային ուղղությունը ռուսների համար: 2014 թվականին Եգիպտոսի 2.5 միլիարդ ներգնա զբոսաշրջային ոլորտի ավելի քան 3 միլիոնը կազմել են որպես զբոսաշրջիկներ Եգիպտոս այցելած ռուսները⁹: Այս

⁹ Բյուլետեթ:

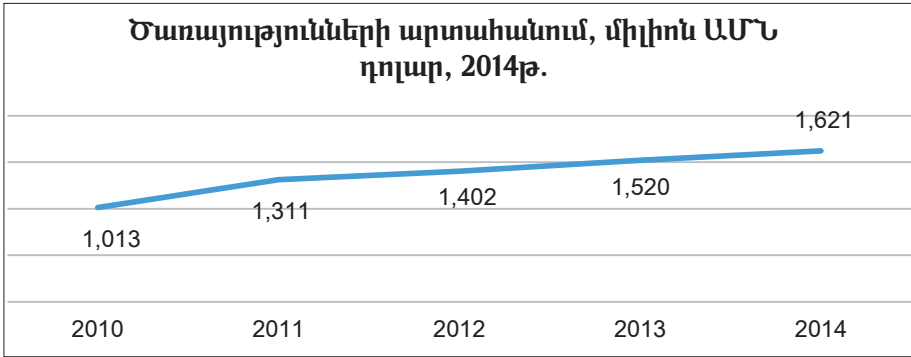
որոշումը, որը հիմնավորվում էր անվտանգության նկատառումներով, մեծ հարված էր Եգիպտոսի զբոսաշրջության ոլորտին: Սակայն նվազ չէր դրա բացասական ազդեցությունը նաև Ռուսաստանի համար: Ըստ Ճամփորդական գործակալությունների ռուսական ասոցիացիայի, չեղյալ են հայտարարվել ավելի քան 140000 տուրփաթեթեր դեպի Եգիպտոս, որոնք արդեն իսկ վաճառվել էին գալիք արձակուրդների սեզոնի համար:

Նկարագրված ներմուծման փոխարինումների հնարավորությունները կարող են նոր էջ բացել Հայաստանի համար: Թեպետ այս ոլորտը խիստ փոփոխական է և կախված է ոչ տնտեսական և անկանխատեսելի քաղաքական գործոններից, սակայն իրավիճակին արագ արձագանքը կարող է ստեղծել և զարգացնել արտահանման մի ամբողջ ոլորտ: Շատ ավելի հեշտ է մուտք գործել դիֆիցիտ ունեցող շուկաներ: Մուտք գործելով շուկա, հայաստանյան արտահանողները կարող են հետագայում ընդլայնել իրենց ներկայությունը:

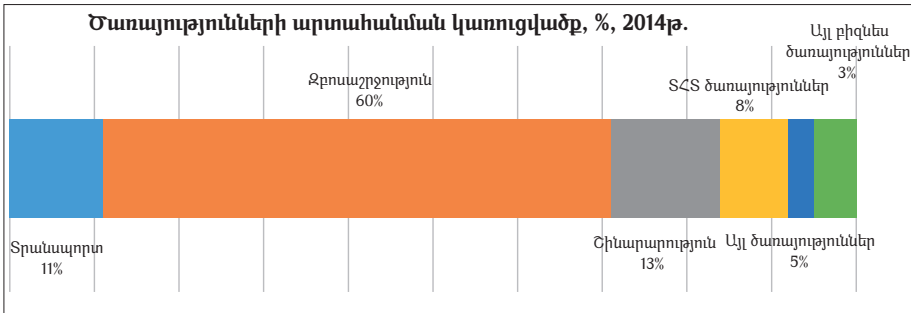


3.3.2. Ծառայությունների ոլորտ

Ծառայությունների արտահանումը կայուն զարգացում է գրանցում Հայաստանում: Ըստ Համաշխարհային բանկի, 2014 թվականին Հայաստանն արտահանել է 1.6 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ծառայություններ: 2010 թվականից ի վեր, արտահանումների ոլորտը աճել է միջինում տարեկան 12%-ով: Հայաստանից արտահանվող ծառայությունների բաժնում ամենամեծ բաժինն ունի զբոսաշրջությունը և ճամփորդությունների ոլորտը:



Աղբյուրը՝ ՀԲ ՀԶՑ տվյալների բազա



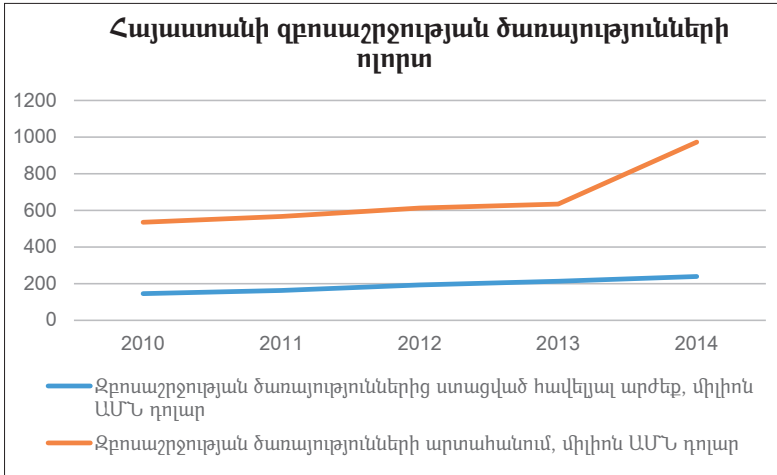
Աղբյուրը՝ ՄԱԱԶԻՎ վիճակագրական տվյալների բազա

Զբոսաշրջություն

ՄԱԱԶԻՎ-ի վիճակագրության համաձայն, 2014 թվականին Հայաստանն արտահանել է 980 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ճամփորդական ծառայություններ¹⁰, ինչը հանդիսանում է 2013 թվականի ցուցանիշի կրկնապատիկը: 2014 թվականին Հայաստան այցելած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը (ինչպես սահմանված է ՄԱԿ ՀԶԿ-ի կողմից) կազմել է մոտավորապես 1.2 միլիոն¹¹:

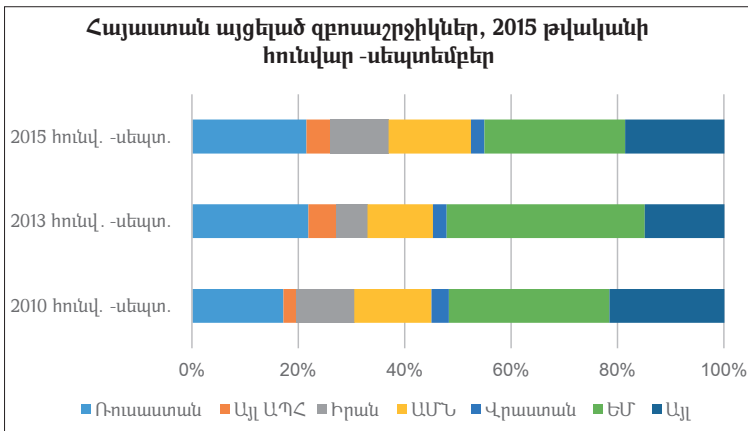
¹⁰ Սահմանվել է որպես Հայաստանի ռեզիդենտ չհանդիսացող անձանց կողմից ձեռքբերված ապրանքներ և ծառայություններ:

¹¹ ՀՀ ԱՎԾ:



Աղբյուրը՝ ԱՎԾ, ՄԱԱԶԻՍ-ի վիճակագրական տվյալները բազա, ՀԲ ՀԶՑ-ի տվյալների բազա

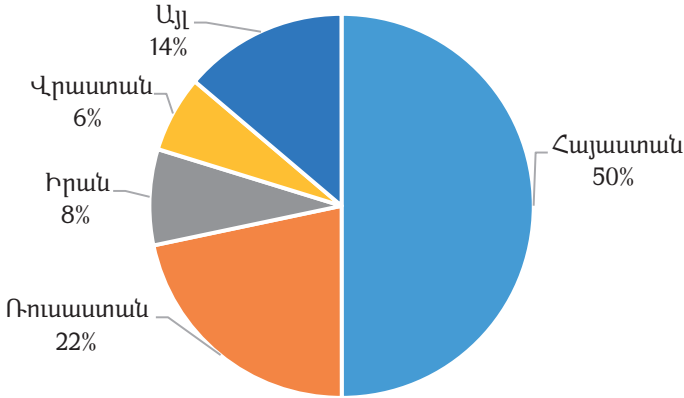
Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի ամենաարագ աճող ուղղությունը Ռուսաստանից ժամանող զբոսաշրջիկներն են, իսկ այդ ուղղությունը 2010 թվականից ի վեր ունեցել է 18% միջին տարեկան աճ:



Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱՎԾ

Ի լրումն, ԱՎԾ-ի վերջին ուսումնասիրության համաձայն, եթե էթնիկ հայերի այցերը՝ որպես զբոսաշրջիկներ, ապա Հայաստան ժամանումների մեջ ամենամեծ խումբը կազմում են Ռուսաստանի քաղաքացիություն ունեցող այցելուները:

Հայաստան ժամանումները՝ ըստ քաղաքացիության, 2015 թվականի հունվար - սեպտեմբեր



Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱԿԾ

Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման հեռանկարները բավականին խոստումնալից են ԵՏՄ-ի շրջանակում: Ռուսաստանից բացի, ԵՏՄ այլ երկրներից դեպի Հայաստան զբոսաշրջային հոսքերը գործնականում հավասար են զրոյի: Զբոսաշրջության աճը այդ երկրներից կարող են զգալիորեն խթանել մի քանի գործոններ.

- Երկրի բրենդինգի աճ՝ Հայաստանի կողմից պարզապես ԵՏՄ մուտք գործելու շնորհիվ: Այժմ, երբ Հայաստանը գտնվում է նույն տնտեսական գոտում, ԵՏՄ այլ երկրների շատ քաղաքացիների համար Հայաստանը ավելի ընդունելի կլինի հոգեբանորեն և նրանք ավելի հեշտությամբ կճամփորդեն դեպի Հայաստան:
- Բիզնես գործունեության աճը կմեծացնի գործարար ուղևորությունները ԵՏՄ երկրներում, ինչը կհանգեցնի նաև հանգստի և ժամանցի զբոսաշրջության:
- Ներկա աշխարհաքաղաքական իրավիճակը, Ռուսաստանի լարված հարաբերությունները ԵՄ-ի, Թուրքիայի և Եգիպտոսի հետ, մեծապես ազդել է այդ երկրի արտագնա զբոսաշրջության վրա: Մյուս մասշտաբի ուղևորությունները աշխարհագրորեն շատ ավելի հեռու են և շատ ավելի թանկ արժեն: Սա լավ ժամանակ է Հայաստանի համար՝ Ռուսաստանի պոտենցիալը Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջության համար նվաճելու առումով:

ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Ղազախստանից, Բելառուսից և Ղրղզստանի հանրապետությունից ներգնա զբոսաշրջության չօգտագործված պոտենցիալ
- Ճգնաժամ Ռուսաստանի արտագնա զբոսաշրջության շուկայում, որը գործնականում փակել է սահմանները իր ամենատարածված և մատչելի ուղղություններով
- Բուռն ծաղկում ապրող զբոսաշրջության ոլորտ
- Շուկայում նիշերի զարգացում՝ կրոնական, արկածային և տարածա-շրջանային զբոսաշրջություն

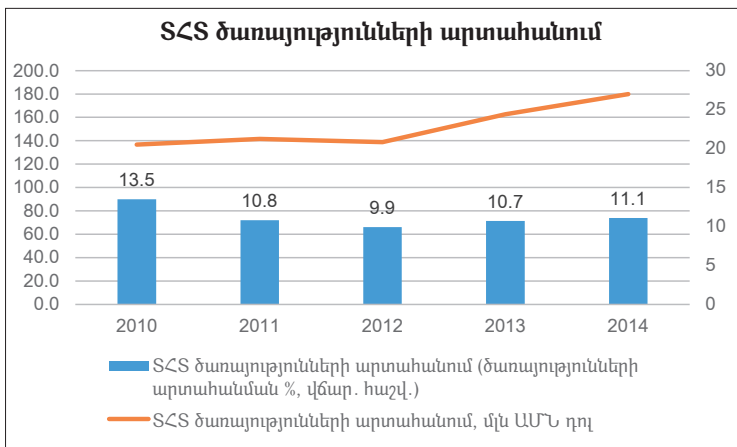


ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ

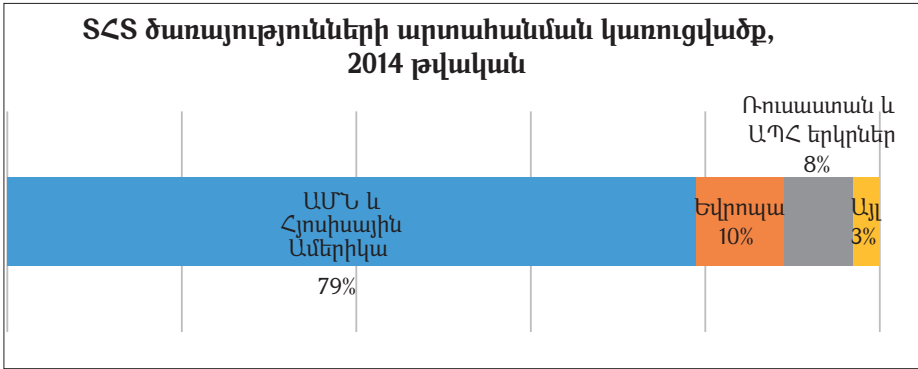
- Բավականին թանկ ավիատոմսեր
- Առաջարկների սահմանափակ դիվերսիֆիկացիա, չկա ծովային հանգստի հնարավորություն

Հայաստանի ամենաժամանակակից և արագ աճող ոլորտներից մեկը ՏՀՏ ոլորտն է, որը շատ հեռու է հազեցված լինելուց, քանի որ այն գործում է զլրբալ շուկայում և չունի ՏՀՏ ծառայությունների արտահանումը սահմանափակող ֆիզիկական սահմաններ:

2014 թվականի դրությամբ, այս ոլորտից արտահանումները կազմել են 180 միլիոն ԱՄՆ դոլար, որը արտահանվող ընդհանուր ծառայությունների 11% է և իր մասշտաբով համեմատելի է կոնյակի արտահանման հետ: Այս ոլորտի արտահանումների առյուծի բաժինն ընկնում է ԱՄՆ-ին և Հյուսիսային Ամերիկային:



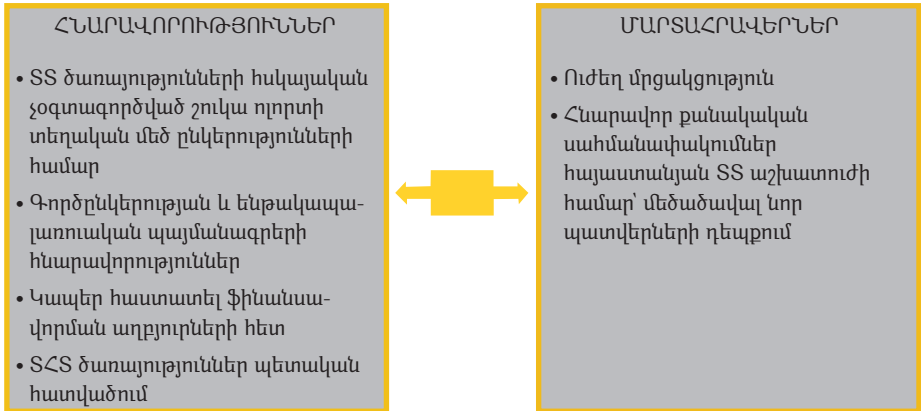
Աղբյուրը՝ ՀՐ ՀՋՑ-ի տվյալների բազա



Աղբյուրը՝ «Հայաստանում տեղեկատվական և հաղորդակցության տեխնոլոգիաների ոլորտի հետազոտություն, 2014 թվական», Ձեռնարկությունների ինկուբատոր հիմնադրամ, 2014 թվական

Ոլորտի փորձագետների կարծիքով, նոր շուկայի հնարավորությունների դեպքում տեղական ընկերությունները գոյություն ունեցող աշխատուժով կարող են արագորեն ընդլայնվել մի քանի անգամ: Այնուամենայնիվ, Հայաստանն ուժեղ մրցակցության մեջ է ԵՏՄ-ի այլ երկրների հետ: ԵՏՄ բոլոր անդամ երկրները SՀՏ ծառայություններ մեծ արտահանողներ են: 2014 թվականի դրությամբ Բելառուսը արտահանել է 1.6 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, Ղազախստանը՝ 0.6 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, Ղրղզստանի Հանրապետությունը՝ 0.3 միլիարդ ԱՄՆ դոլար և Ռուսաստանը՝ 21.2 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ծառայություններ: Ռուսաստանը և Բելառուսը հանդիսանում են ՏՏ բավականին մեծ արտապատվիրման շուկաներ: Այս համատեքստում Հայաստանի ռազմավարությունը պետք է լինի.

- կենտրոնանալ ապրանքի մշակման, այլ ոչ արտապատվիրման վրա,
- ակտիվորեն մասնակցություն ունենալ ԵՏՄ երկրների նորաստեղծ ոլորտներում, դառնալ տեխնոլոգիական կլաստերի մասը,
- սերտ կապեր հաստատել տեխնոլոգիական ոլորտի ֆինանսավորման աղբյուրների հետ,
- դիտարկել տեխնոլոգիայի և գիտելիքի փոխանցման հնարավորությունները այլ ԵՏՄ երկրներում,
- դիտարկել առաջատար նախաձեռնություններ՝ միասնական էլ.կառավարման համակարգեր ստեղծելու համար:



3.3.3. Պետական գնումների ոլորտ

ԵՏՄ երկրների պետական գնումների ոլորտի ազատ հասանելիությունը այս տնտեսական ինտեգրացիայի հսկայական հնարավորություններից մեկն է: Եվրասիական տնտեսական միության շրջանակում հայաստանյան մատակարարները հավասար հնարավորություն ունեն մասնակցելու պետական գնումների մրցույթներին և ծանուցումներին: Հավասար հնարավորություններից բացի, ԵՏՄ երկրների արտադրողներն ունեն բարենպաստ պայմաններ. ԵՏՄ արտադրողներին կշնորհվի 15% գնային տարբերություն՝ միջազգային մատակարարների հետ համեմատած (մնացած այլ հավասար պայմանների դեպքում):

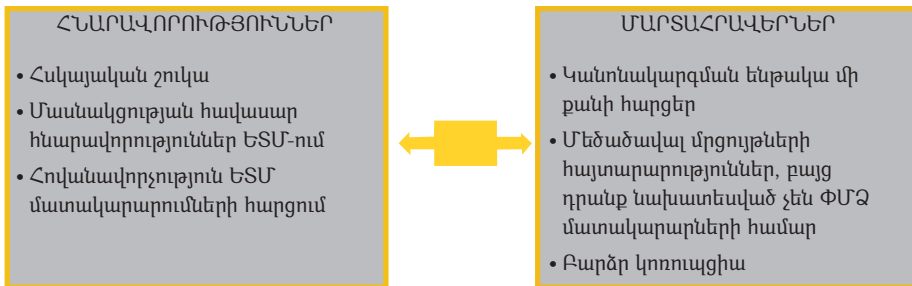
Ի լրումն, ԵՏՄ տնտեսական քաղաքականությունում զգալիորեն բարձր է հովանավորչության մակարդակը և այն մեծապես նպատակաուղղված է ի շահ իր սեփական արտադրողների: Այսպես օրինակ, ՌԴ կառավարությունը երկար քննարկումներ է անց կացրել Ռուսաստանի պետական գնումների ոլորտում միջազգային ծագման ապրանքները և ծառայությունները զգալիորեն սահմանափակելու հնարավորությունների հարցով: Հենց վերջերս ռուսական կառավարությունը հայտարարեց, որ Ռուսաստանում դեղամիջոցների մեծ պետական մրցույթի (ավելի քան 100 անուն) մասնակցության միջազգային մատակարարների հայտերը կմերժվեն, եթե դրանցում ընդգրկված չեն լինի առնվազն երկու առաջարկություն ԵՏՄ արտադրողներից:

ՌԴ տնտեսական զարգացման նախարարության համաձայն, միայն Ռուսաստանում պետությունը գնել է 666.4 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժողությամբ ապրանքներ և ծառայություններ, որոնց 48%-ը ծախսվել է

շինարարական աշխատանքներ և ծառայություններ ձեռք բերելու վրա: Թեպետ ԵՏՄ-ում առկա են հսկայական պետական գնումներ և բազմաթիվ գրավիչ հնարավորություններ, սակայն կան որոշ մարտահրավերներ և խնդիրներ, որոնք պետք է լուծել, որպեսզի տեղական արտադրողները կարողանան մուտք գործել շուկա: Ներկա պահին առաջին և ամենակարևոր հարցը վերաբերում է էլեկտրոնային ստորագրությանը, որի շնորհիվ հայաստանյան արտադրողները ի վիճակի կլինեն մասնակցել էլեկտրոնային գնումներին ԵՏՄ այլ երկրներում: ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը հայտարարել է, որ այժմ այն բանակցում է ԵՏՄ պաշտոնյաների հետ այդ հարցը լուծելու համար:

Ի լրումն, հաճախ պետական գնումների մրցույթներում ընդգրկված է տվյալ շուկայում առնվազն երեք տարվա փորձի պահանջը՝ ապրանքների կամ ծառայությունների գնումների հրավերներին մասնակցելու իրավունք ունենալու համար:

Պետական գնումների ոլորտի բարձր մակարդակի կոռուպցիան մեկ այլ խոչընդոտ է հայաստանյան ՓՄՁ-երի կողմից այդ շուկա մուտք գործելը դիտարկելու համար:



3.4. Ռազմավարական հորիզոն 3

Տնտեսության երկարաժամկետ աճի և արդիականացման համար ակնկալվող խթանիչ ուժերի ամենակարևոր ռազմավարական հնարավորությունները դասակարգված են Ռազմավարական հորիզոն 3-ում: Աշխատանքները կապված են ավելի երկարաժամկետ հեռանկարի հետ, վերաբերում են ոչ թե պահանջվող գործողություններին և արտադրական ծախսերին, այլ արդյունքներին:

Ակնկալվում է, որ առաջին և երկրորդ ռազմավարական հորիզոններում նկարագրված հնարավորությունները հիմք են ստեղծելու երրորդ

ռազմավարական հորիզոնում ավելի արդիական տնտեսական զարգացման փուլի համար:

Այս հորիզոնում զարգացման երկու հիմնական ուղիներն են.

- Հայաստանը՝ որպես ԵՏՄ տնտեսական կամուրջ
- Հայաստանը՝ որպես «գործառնական գրասենյակ» ԵՏՄ բիզնես գործունեության համար

Տարածքներ երրորդ հորիզոնի ռազմավարության հաջողության համար

➤ Նորացված հարաբերություններ ԵՄ-ի հետ

Դեկտեմբերի 7-ին Հայաստանը և ԵՄ սկսեցին բանակցությունների նոր փուլ: Բանակցություններ շարունակելը այն բանից հետո, երբ Հայաստանը մերժեց ստորագրել Ասոցացման համաձայնագիր ԵՄ-ի հետ, համարվում է անսպասելի և շատ «փափուկ» քաղաքականություն Հայաստանի նկատմամբ: Քաղաքական փորձագետների կարծիքների համաձայն, Հայաստանն ունի այս նոր պոտենցիալ գործընկերության համար բարենպաստ պայմաններ բանակցելու բացառիկ հնարավորություն: ԵՄ-Հայաստան գործընկերության և համագործակցության համաձայնագրին (1999թ) փոխարինող նոր փաստաթուղթը մշակելիս ընդգրկվելու են ԵՏՄ անդամակցության հետ կապված Հայաստանի նոր պարտավորությունները:

Եթե Հայաստանի դիվանագիտությունը հաջողության հասնի տնտեսական ու քաղաքական արդյունավետ պայմաններ մշակելիս և բանակցելիս, ինչը բավականին իրատեսական ու իրագործելի է ներկա պայմաններում, ապա Հայաստանը կարող է շահել՝ նախ որպես ԵՄ գործընկեր, որն ունի հատուկ պայմաններ ԵՏՄ-ում և երկրորդ՝ կարող է դերակատարում ունենալ ԵՄ-ԵՏՄ հարաբերություններում:

➤ Համագործակցության խիստ շահագրգռվածություն Իրանի կողմից

Աշխարհի առաջատար երկրների կողմից կիրառվող լուրջ քաղաքական ու տնտեսական պատժամիջոցներ ունեցող Իրանը նշանակալից կերպով մեծացրել է իր հետաքրքրությունը Հայաստանի նկատմամբ: Մինչ այժմ գործընկերության հիմնական տիրույթում եղել են իրականացվող լայնամասշտաբ նախագծերը կամ ենթակառուցվածքային պոտենցիալ նախագծերը և, մասնավորապես, էներգետիկ ոլորտը: Ի լրումն, Իրանը հանդիսանում է Հայաստանի ամենամեծ առևտրային գործընկերը, հատկապես գյուղմթերքի մասով: ԵՏՄ-ին

Հայաստանի անդամակցելուց հետո աշխուժացել են համագործակցության շրջանակն ընդլայնելու քննարկումները: Հնարավոր գործընկերության մասին բանակցություններ են վարվում թե՛ պետական պաշտոնյաների և թե՛ բիզնեսների ներկայացուցիչների մակարդակներում: Հայաստանը՝ որպես «շուկաների դարպաս», կարող է դերակատարում ունենալ երկու ուղղություններով՝ ԵՄ-ի և ԵՏՄ-ի կողմից առևտրային գործունեություն իրանական հսկայական շուկայում և Իրանի կողմից առևտրային գործունեություն ԵՏՄ շուկայում: Իրանը բազմիցս հայտարարել է ԵՏՄ-ի հետ բիզնես հարաբերություններն ընդլայնելու իր նշանակալից հետաքրքրության ու մտադրությունների մասին:

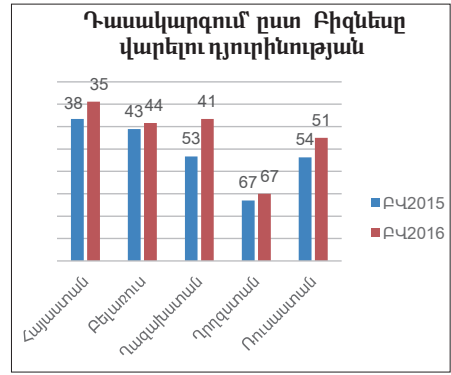
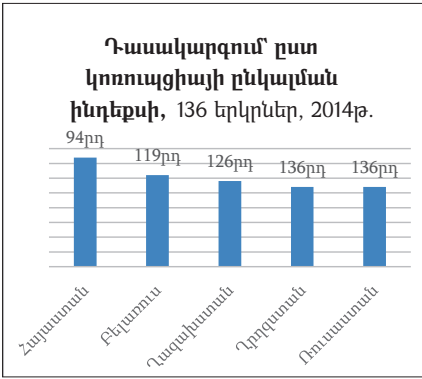
Այս հեռանկարի առումով որոշակիորեն առանձնանում են մի քանի ոլորտներ՝ շինարարական նյութեր, քիմիական ապրանքներ, գյուղատնտեսական ապրանքներ և հեռահաղորդակցություն:

Գործընկերության հնարավոր ձևաչափերն ընդգրկում են, բայց չեն սահմանափակվում իրանական ընկերությունների հետ այնպիսի համատեղ ձեռնարկությունների ստեղծելով, որոնց արտադրական շղթայի վերջին օղակները գտնվում են Հայաստանում, ապրանքներ վերաարտահանելով ու Հայաստանում վաճառքի գրասենյակներ հիմնելով:

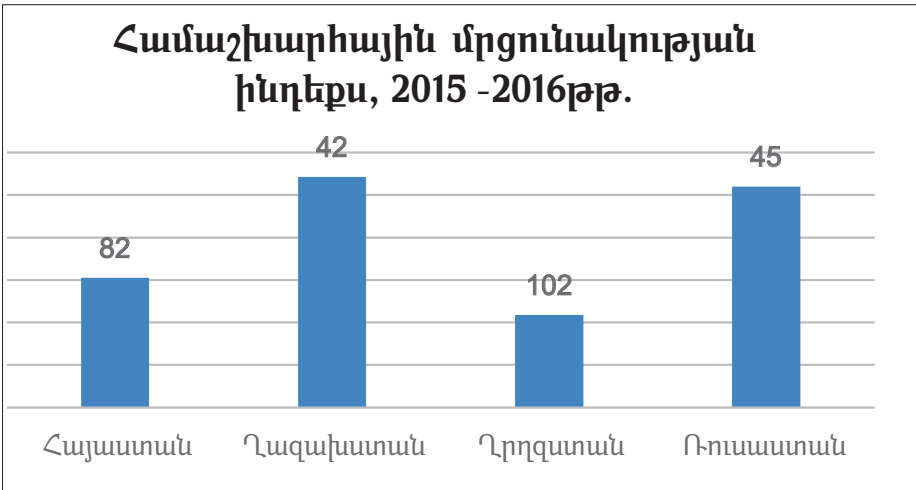
Իրանի հետ տնտեսական կապերի ամրապնդման պոտենցիալը չափազանց մեծ նշանակություն ունի Հայաստանի համար: Համագործակցության իրականացման համար խիստ կարևոր է արագորեն ստեղծել անհրաժեշտ ենթակառուցվածքը, օրինակ՝ ազատ առևտրի գոտիներ Իրանի հետ:

➤ Ինստիտուցիոնալ զարգացման համեմատաբար բարձր մակարդակ

Որպես պոտենցիալ բիզնես գործընկեր, Հայաստանը՝ ԵՏՄ այլ անդամների հետ համեմատած, ունի բազմաթիվ մրցակցային առավելություններ, որոնցից ամենակարևորը ինստիտուցիոնալ ոլորտում տպավորիչ ձեռքբերումներն են՝ ի համեմատատ այլ ԵՏՄ երկրների: Այդ երկրների շարքում Հայաստանն առանձնանում է նրանով, որ ունի կոռուպցիայի ընկալման, ինչպես նաև գործարարությամբ զբաղվելու դյուրինության ավելի լավ ցուցանիշներ:



Աղբյուրը՝ Թրանսպարենսի ինդեքսը, Համաշխարհային բանկ



Աղբյուրը՝ Համաշխարհային տնտեսական ֆորում

Համաշխարհային մրցունակության ինդեքս, 2015-2016թթ., ըստ ենթաինդեքսների

	Հայաստան	Ղազախստան	Ղրղզստան	Ռուսաստան
1-ին հենապյուն. Հաստատություններ	76	50	115	100
2-րդ հենապյուն. Ենթակառուցվածք	82	58	114	35
3-րդ հենապյուն. Մակրոտնտեսական միջավայր	72	25	80	40
4-րդ հենապյուն. Առողջապահություն և տարրական կրթություն	95	93	98	56
5-րդ հենապյուն. Բարձրագույն կրթություն և վերապատրաստում	72	60	80	38
6-րդ հենապյուն. Ապրանքային շուկայի արդյունավետություն	50	49	81	92
7-րդ հենապյուն. Աշխատաշուկայի արդյունավետություն	58	18	88	50
8-րդ հենապյուն. Ֆինանսական շուկայի զարգացում	94	91	102	95
9-րդ հենապյուն. Տեխնոլոգիական պատրաստվածություն	75	61	95	60
10-րդ հենապյուն. Շուկայի մեծություն	116	46	118	6
11-րդ հենապյուն. Բիզնեսի արդիականացում	97	79	118	80
12-րդ հենապյուն. Նորարարություն	107	72	125	68

Աղբյուրը՝ Համաշխարհային տնտեսական ֆորում

Վերլուծության համաձայն, Հայաստանի դեպքում ԵՏՄ-ի համար «մուտքի դարպաս» դառնալու հնարավորությունը բավականին գրավիչ է: Նման կամուրջ դառնալու և երրորդ երկրների ԵՏՄ մուտքը հեշտացնելու հիմնական ձևերը կարող են լինել.

**Հայաստանը՝ որպես
ԵՏՄ տնտեսական
կամուրջ**

**Հայաստանը՝ որպես
«գլխամասային
գրասենյակ» ԵՏՄ-ի
համար**

- Վերաարտահանել/վերամշակել
- Վաճառքի ներկայացուցիչներ
- Մասերի արտադրություն/ հավաքում
- ՀևԶ կենտրոններ/հետազոտական կենտրոն
- Ֆինանսական և իրավական ծառայություններ մատուցող/օժ-շոր

Ներկայացված ռազմավարական հորիզոնները Հայաստանի զարգացման հնարավոր սցենարներ ու հնարավորություններ են ԵՏՄ-ում: Այնուամենայնիվ, դրանք տարբերակներ չեն, որոնք պարզապես տրվում են երկրին: Տնտեսական միության անդամակցությունը կարող է հակառակ ազդեցությունն ունենալ, եթե տնտեսությունը չկարողանա արագորեն կառուցել ընթացիկ հնարավորությունները օգտագործելու համար անհրաժեշտ ենթակառուցվածք կամ եթե այս նոր տնտեսական իրականության մեջ քաղաքականություն մշակողները չկարողանան կանխատեսել և մեղմացնել երկրի ռիսկերը և մարտահրավերները:

ԳԼՈՒԽ 4. ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՄԻԱՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱ ԸՆԴՀԱՅՆՎԱԾ ՄՈՒՏՔԻ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ

Սույն վարժության միջոցով փորձ է արվում ներկայացնել ավելի մեծ շուկա և ռեսուրսներ ունեցող կազմակերպությանն ինտեգրման գործընթացի ազդեցության պատկերը երկրի զարգացման վրա: Մոտեցումն այն է, որ ինտեգրման համար կարևոր է ոչ միայն այն, թե որ երկիրը որտեղ է ինտեգրվում, այլ այն, թե ինչպես է կառավարվում այդ ինտեգրումը: Ուսումնասիրության նպատակն է հիմնավորել, որ Եվրասիական տնտեսական միությանն (ԵԱՏՄ) ինտեգրումը՝ լավ կառավարման դեպքում, կարող է բարեհաջող լինել այն երկրների համար, որոնցից կազմված է այդ միությունը, ճիշտ այնպես, ինչպես ԵՄ ինտեգրումը բարեհաջող էր թե՛ Բալթյան պետությունների և թե՛ Արևելյան Եվրոպայի պետությունների համար:

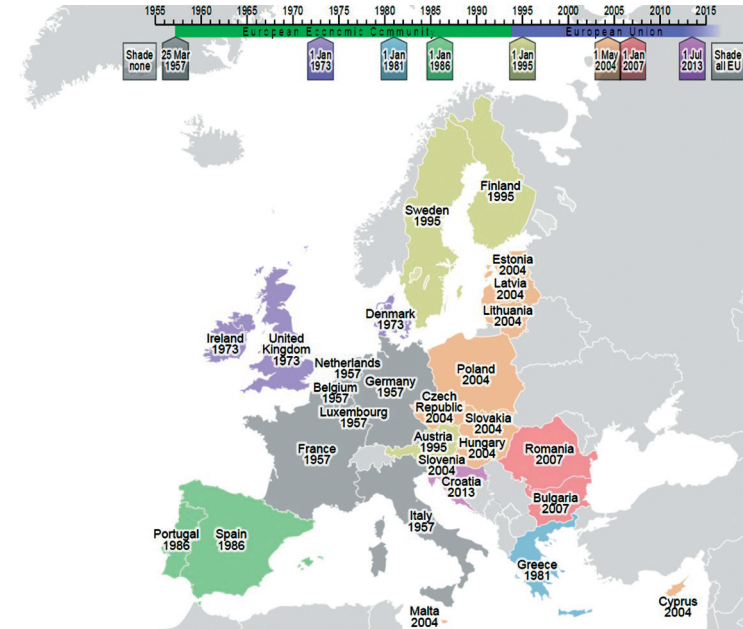
ԵՄ ընդլայնում և ԵՄ միասնական շուկա

Մինչ այժմ 2004 թվականին Եվրոպական Միության ընդլայնումը Եվրոպական Միության (ԵՄ) միակ ամենամեծ ընդլայնումն էր՝ տարածության, պետությունների քանակի և բնակչության թվի առումով, սակայն, այն ամենամեծը չէր համախառն ներքին արտադրանքի առումով: Նշված ինտեգրումը տեղի ունեցավ 2004 թվականի մայիսի 1-ին:

Միաժամանակյա անդամակցությունը ընդգրկում էր ստորև նշված երկրները, որոնց երբեմն անվանում են «Ա10» երկրներ.

Կիպրոս, Չեխիայի Հանրապետություն, Էստոնիա, Հունգարիա, Լատվիա, Լիտվա, Մալթա, Լեհաստան, Սլովակիա և Սլովենիա: Դրանցից յոթը գտնվում էին նախկին Արևելյան բլոկի (որից երեքը՝ նախկին Խորհրդային Միությունից էին, իսկ չորսը՝ Վիշեգրադ խմբի անդամներ էին), մեկը՝ նախկին Հարավարևմտաեվրոպական (երբեմն դրանց միասին անվանում են «Ա8» երկրներ), իսկ մնացած երկուսը Միջերկրական ծովի կղզիներն էին և նախկին բրիտանական գաղութներ:

Ընդլայնման նույն ալիքի վրա էր նաև 2007 թվականին Բուլղարիայի և Ռումինիայի անդամակցությունը, որոնք չկարողացան միանալ 2004 թվականին, բայց Հանձնաժողովի համաձայն, հանդիսանում են հինգերորդ ընդլայնման մաս:



Մեր նպատակների համար ուսումնասիրելու ենք Բալթյան երեք պետությունների (նախկին ԽՍՀՄ պետություններ), Արևելյան Եվրոպայի երեք երկրների և մեկ Բալկանյան երկրի անցած ուղին՝ 2004 թվականին ԵՄ-ին անդամակցությունից մինչև մեր օրերը:

Բոլոր յոթ երկրների մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի պարզ վերլուծությունը ցույց է տալիս հետևյալ պատկերը.

Երկրներ	2004թ.	2014թ.	Աճ (%)
Էստոնիա	14628	26902	83.37
Լատվիա	12505	22823	82.51
Լիտվա	13255	26746	101.78
Հունգարիա	16466	24709	50.06
Չեխիայի Հանրապետություն	20970	30366	44.80
Լեհաստան	13054	24430	87.14
Սլովենիա	22693	29969	32.06

Տվյալների աղբյուրը՝ ՏԶՀԿ

Վերջին տասը տարիների ընթացքում այս ցուցակի յուրաքանչյուր պետությունում գրանցվել է մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ի 32-101 տոկոսանոց աճ, նշանակալից աճ՝ շնորհիվ այն նոր տնտեսական միջավայրի, որում հայտնվեցին այդ երկրները:

Դա բացատրվում է Միասնական շուկայի փիլիսոփայությամբ, որի համաձայն այն ներքին սահմաններ կամ այլ կարգավորող խոչընդոտներ չունեցող մեկ տարածք է ապրանքների և ծառայությունների ազատ տեղաշարժի համար: Գործող միասնական շուկան խթանում է մրցակցությունը և առևտուրը, բարելավում է արդյունավետությունը, բարձրացնում է որակը և օգնում իջեցնել գները: Դա առաջացնում է տնտեսական աճ և հեշտացնում բիզնեսների և սպառողների առօրյա կյանքը:

Այդ երկրները շահեցին Ապրանքների և ծառայությունների համար միասնական շուկայի հայեցակարգից, որն, ընդհանուր առմամբ, առաջարկում է.

Բիզնեսներին՝

- ավելի քան 500 միլիոն սպառողներ ունեցող «ներքին շուկա» նրանց ապրանքների համար
- ավելի հեշտ հասանելիություն ավելի շատ թվով մատակարարների և սպառողների համար
- ավելի ցածր ինքնարժեք
- ավելի մեծ կոմերցիոն հնարավորություններ
- մեկ այլ երկրում ընկերություն ստեղծելու ազատություն
- ծառայություններ տրամադրելու կամ ստանալու ազատություն այն երկրում, որտեղ չի հիմնադրվել ընկերությունը կամ որտեղ չի գտնվում սպառողը:

Քաղաքացիներին՝

- մրցակցային գներ
- ավելի շատ նորարարություն և ավելի արագ տեխնոլոգիական զարգացումներ
- անվտանգության և բնապահպանական ավելի բարձր չափանիշներ:

Այդ բոլորին գումարվում է աշխատողների և կապիտալի ազատ տեղաշարժը:

Մինչ այժմ միակ տարբերությունը այն է, որ ԵԱՏՄ-ում բացակայում է հիմնական միասնական արժույթը՝ ի տարբերություն ԵՄ-ում

առկա եվրոյի: Այդուհանդերձ, նույնիսկ այս դեպքում համանման պատկեր գոյություն ունի այնպիսի կարևոր երկրի առումով, ինչպիսին է Միացյալ թագավորություն, որը հանդիսանալով ԵՄ անդամ և ԵՄ միասնական շուկայի մասնակից, դեռևս գործածում է իր սեփական արժույթը՝ ֆունտը:

Եվրասիական տնտեսական միություն

Կարճ ասած, վերը հիշատակված բոլոր բաղադրիչները առկա են նաև Եվրասիական տնտեսական միությունում: Հետևաբար, կարող ենք ենթադրել, որ Եվրասիական տնտեսական միության կազմավորման և զարգացման ընդհանուր գործընթացը իր էությամբ շատ նման է այն գործընթացին, որի միջով անցել է Եվրոպական Միությունը, իսկ ԵՄ տնտեսության ու շուկայի գործիքակազմը և շարժիչ ուժերը, ըստ էության, շատ չեն տարբերվում ԵՄ-ի գործիքակազմից և շարժիչ ուժերից:

Եվրասիական տնտեսական միությունը տարածաշրջանային տնտեսական ինտեգրման միջազգային կազմակերպություն է: Այն ունի միջազգային իրավասուրյեկտի կարգավիճակ և հիմնադրվել է Եվրասիական տնտեսական միության մասին պայմանագրով:

ԵՄ ապահովում է ապրանքների, ծառայությունների, կապիտալի և աշխատուժի ազատ տեղաշարժ, իրականացնում է համակարգված, ներդաշնակեցված և միասնական քաղաքականություն այն ոլորտներում, որոնք սահմանված են Պայմանագրում և Միության միջազգային համաձայնագրերում:

Եվրասիական տնտեսական միության անդամ պետությունները՝ Հայաստանի Հանրապետությունը, Բելառուսի Հանրապետությունը, Ղազախստանի Հանրապետությունը, Ղրղզստանի Հանրապետությունը և Ռուսաստանի Դաշնությունը, միասին ունեն 182.1 միլիոն բնակչություն և 20 միլիոն քառակուսի կմ տարածք: Միության ընդհանուր տարեկան ՀՆԱ կազմում է 2.2 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար (համաշխարհային ՀՆԱ-ի 3.2%-ը), արդյունաբերական արտադրանքը 1.3 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար է (համաշխարհային արդյունաբերական արտադրանքի 3.7%-ը), արտաքին առևտուրը՝ 877.6 միլիարդ ԱՄՆ դոլար (համաշխարհային արտահանման 3.7%-ը և համաշխարհային ներմուծման 2.3%-ը):



Աղբյուրը՝ Եվրասիական տնտեսական համաձայնագրով

Միությունը ստեղծվել է ազգային տնտեսությունների համապարփակ արդիականացման, մրցունակության և նրանց միջև համագործակցության բարձրացման և անդամ պետությունների բնակչության կենսամակարդակի բարձրացման նպատակով կայուն զարգացումը խթանող հիմնական սկզբունքների հիման վրա:

Հաշվի առնելով, որ այս վարժության նպատակը ոչ թե որևէ մեկ բլոկի առավելությունների համեմատելն է մեկ այլ բլոկի հետ, այլ Հայաստանի համար ԵՏՄ-ի անդամակցությունից բխող նոր հնարավորություններ բացահայտելը և առաջարկելը, ապա կարող ենք պնդել, որ հմտորեն օգտագործելու և կառավարելու դեպքում, մեծ տնտեսական բլոկի անդամակցությունը՝ ինչպիսին է 2015 թվականի հունվարից Հայաստանի ԵՏՄ-ին անդամակցելու փաստացի դեպքը, կարող է հսկայական հնարավորություններ տրամադրել Հայաստանի նման փոքր երկրին, ճիշտ այնպես, ինչպես Եվրոպական Միության անդամակցությունը շահեկան եղավ Բալթյան, Արևելյան Եվրոպայի և Բալկանկյան երկրների համար:

Միակ բանը, որը պետք է հաշվի առնենք և չսխալվենք այն է, որ օգուտները և առավելությունները չեն գալիս և չեն գա ինքնաբերաբար և երաշխավորված կերպով: ԵՏՄ-ի անդամակցությունից առավելագույնը քաղելու համար, Հայաստանը և հայաստանյան բիզնեսները պետք է աշխատեն՝ շատ ու երկար, որպեսզի նյութականացնեն այն օգուտները, որ **ՀՆԱՐԱՎՈՐ Է** առաջարկել է ԵՏՄ անդամակցությունը:

Հիմնավորելու համար, որ պատկերը նույնն է, թե՛ Հայաստանի բիզնեսի կողմից ԵՏՄ-ում՝ որպես իր սեփական Միասնական շուկայում, ճանապարհ բացելու և թե՛ բրիտանական ընկերության համար ԵՄ-ում՝ որպես իր համապատասխան Միասնական շուկա կազմակերպությունում

ճանապարհի բացելու առումով, մենք կներկայացնենք մի շարք կոնկրետ դեպքերի ուսումնասիրություններ, որոնք ՄԹ-ն առևտրի և ներդրումների նախարարությունը առաջարկում է իր պաշտոնական կայքում՝ որպես Միասնական շուկա ներթափանցելու հաջողված պատմությունների օրինակներ:

Ահավասիկ այդ խորհուրդները.

- «Կատարեք շատ հետազոտություններ և խնամքով ընտրեք ձեր թիրախային տարածաշրջանները»
- «որոշ ժամանակ անց կացրեք տարածաշրջանում՝ ձեր գործընկերներին և մանրածախ առևտրով զբաղվողներին հարցնելով, թե ինչ ակնկալիքներ ունեն ձեզնից»
- «Ձեր ապրանքների տեսականին համապատասխանեցրեք տվյալ երկրի համար»
- «վարձեք բարձր որակավորում ունեցող տեղացի կառավարիչ, ով պատրաստ է սկզբում մենակ աշխատել»
- «պատրաստվեք երկար ճանապարհի անցնելու համար, մեկ օրում ոչինչ չի լինում»
- «տեղացի օժանդակ աշխատակազմին լիարժեք ներկայացրեք նպատակները և ինչ առաջընթաց կա գործերում»
- «պահպանեք մոտիվացիան»

Ընկերության շրջանառությունը ավելացավ 20%-ով այն տարում, երբ բիզնեսը ներկայացրեց ապրանքի նոր տեսականին և էլ ավելի ընդլայնվեց իր սեփական Միասնական շուկայում: Վաճառքի աճը կազմեց 50%:

Հաջողության հասած մեկ այլ ընկերություն խորհրդի կարգով հուշում է.

- «Կառուցեք ձեր մարքեթինգը ըստ ձեր հաճախորդների ցանկության, քանի որ պարտադիր չէ, որ նրանք բազան ամեն տեղ (շուկայում) նույնը լինի-միշտ պատրաստ եղեք ադապտացնել ձեր մոտեցումը»
- «Երբեք մի ենթադրեք, որ եթե կարող եք ձեր ապրանքը վաճառել անդամ պետություններից մեկում, ապա ինքնաբերաբար կարող եք դա անել մեկ այլ երկրում, թեպետ կանոնակարգերը ներդաշնակեցված են, սակայն որոշ անդամ պետություններում կարող եք լինել հատուկ պահանջներ»
- «Միշտ ունեցեք տեղացի ներկայացուցիչ, բայց ապահովեք, որ ձեր տեղացի ներկայացուցիչը ժամանակ հատկացնի ձրուն՝ բիզնեսին, որպեսզի նրանք հասկանան բիզնես մշակույթը և հավատան դրան տեղում»

- Հասկացեք, թե որոնք են յուրաքանչյուր շուկայի կարիքները
- Մոտ եղեք ձեր շուկաներին
- Ունեցեք ճիշտ պահեստավորված պաշարներ
- Ուշադիր ուսումնասիրեք տվյալ երկրի կանոնակարգերը:

Եթե հայաստանյան ընկերություններին տեղեկացնենք բրիտանական ընկերությունների կողմից իրենց գործընկերներին ԵՄ միասնական շուկայում ընդլայնվելու վերաբերյալ խորհուրդների մասին, ապա, կառուցվածքի նմանության պատճառով, ճիշտ նույն խորհուրդները տեղին կլինեն նրանց համար, որոնք փորձում են ընդլայնվել ռուսական, դազախական, բելառուսական և դրոզական շուկաներում:

Ամբողջ հարցն այն է, թե արդյոք ընկերությունները կարող են նյութականացնել պոտենցիալը որպես գործնական օգուտ: Դա կախված է ընկերությունների ծանր աշխատանքից և նվիրումից, ինչպես նաև թե որքանով են Հայաստանի պետական գերատեսչությունները և ԵՄՄ այլ երկրներում Հայաստանի ներկայացուցչությունները սատարում ընկերություններին՝ կոնկրետ երկրի վերաբերյալ խիստ կարևոր խորհուրդներով և արտահանումը խթանող աջակցությամբ:

Հաջորդ գլխում ավելի մանրամասն կդիտարկենք, թե որոնք են Ռուսաստանի, Ղազախստանի, Բելառուսի և Ղրղզստանի «նիշային» շուկաներ մուտք գործելու վերաբերյալ կոնկրետ առաջարկությունները:

Առաջարկություններ ԵՄ-ում հասակեցված «նիշային» շուկաներ մուտք գործելու վերաբերյալ

Սույն հետազոտության նպատակների համար, ԵՄ-ում հասակեցված «նիշային» շուկաներ մուտք գործելու վերաբերյալ առաջարկությունները բաժանելու ենք երեք մակարդակների.

- Առաջարկություններ Հայաստանի կառավարության համար պետական գերատեսչությունների մակարդակում
- Առաջարկություններ բիզնես միությունների մակարդակում
- Առաջարկություններ առանձին բիզնեսների մակարդակում

Հայաստանի կառավարությանն ուղղված պետական գերատեսչությունների մակարդակով ներկայացված առաջարկությունները և Հայաստանի բիզնես միություններին ուղղված բիզնես միությունների մակարդակով ներկայացված առաջարկությունները համընդհանուր են և կիրառելի են ԵՄՄ բոլոր երկրների շուկաներ մուտք գործելու համար և կքննարկվեն նախքան յուրաքանչյուր երկրի վերաբերյալ Հայաստանի բիզնես միությունների և տնտեսվարող սուբյեկտների համար առանձին բիզնեսների մակարդակով ներկայացվող առաջարկություններ քննարկելը:

Առաջարկություններ պետական գերատեսչությունների մակարդակում

Ըստ իրադրության առաջարկություններ ներկայացնելիս, սույն հետազոտության դիրքորոշումը նույնն է, ինչ նշվել է վերը, այսինքն, համոզմունք առ այն, որ ինտեգրման հարցում կարևորը միայն այն չէ, թե որ երկիրը որտեղ է ինտեգրվում, այլ թե ինչպես է կառավարվում ինտեգրումը, և Եվրասիական տնտեսական միության(Ե-SU) ինտեգրումը՝ լավ կառավարման դեպքում, կարող է հաջողված լինել դրա կազմում գտնվող երկրների համար, այնպես, ինչպես ԵՄ ինտեգրումը հաջող էր Բալթյան պետությունների և Արևելյան Եվրոպայի պետությունների համար: Ճիշտ նույն ձևով, սույն փաստաթղթում ԵՏՄ-ում հատակեցված «նիշային» շուկաներ մուտք գործելու վերաբերյալ նախատեսված առաջարկությունները չեն սահմանափակվում միմիայն ԵՏՄ-ի «նիշային» շուկաներ մուտք գործելով, այլ նույն հաջողությամբ կարող են կիրառվել ԵՄ-ի և այլ միությունների ու առանձին երկրների «նիշային» շուկաներ մուտք գործելու համար:

Հայաստանի արտահանման խթանման պետական մարմին

ԵՏՄ արտահանման խթանմանն ուղղված ամենակարևոր քայլերից մեկը պետք է լինի Հայաստանի կառավարության խրախուսող դերը հայաստանյան ընկերությունների համար ԵՏՄ արտահանումը դյուրինացնելու հարցում՝ Հայաստանի արտահանման խթանման պետական մարմնի հիմնադրման և աշխատանքների միջոցով: Այդ մարմինը նպատակաուղղված է լինելու արտահանման հիմնական հոսանքի ուղղորդմանը՝ մշտապես տրամադրվող տեղեկատվության միջոցով ու հայաստանյան բիզնես միություններին և առանձին բիզնեսներին ներկայացնելով հնարավորությունները՝ մասնավորապես ԵՏՄ երկրներում և առհասարակ այլ երկրներում: Մարմինը պետք է նաև մշտապես կապ պահպանի բիզնես միությունների և առանձին բիզնեսների հետ՝ արտահանման գործընթացի փորձի մասին նրանց արձագանքը ստանալու և այն հարցերին անդրադառնալու համար, որոնք բիզնեսները կարող են բարձրացնել՝ ելնելով իրենց փորձից և որոնց լուծումը գտնվում է պետության տիրույթում, ինչպիսիք են՝ օրենսդրական անհամապատասխանություններ, երրորդ երկրի պետական գերատեսչությունների կողմից ստեղծված արհեստական խոչընդոտներ և այլն:

Ի թիվս այլ աշխատանքների, մարմինը ներգրավված է լինելու հայաստանյան բրենդների մասին իրազեկումը խթանելու, ինչպես նաև «բիզնեսը բիզնեսի համար» պայմանագրերին աջակցելու աշխատանքներում, օրինակ.

- խրախուսելով միջազգային բիզնես ֆորումները Հայաստանում,
- պատրաստելով համապատասխան ապրանքի/ծառայության կատալոգներ, որտեղ ներկայացվել են հայաստանյան ապրանքները և ծառայությունները,
- մասնակցություն տարբեր վայրերում իրականացվող ներդրումային հանդիպումներին՝ «Պատրաստված է Հայաստանում» բրենդով:

ԵՏՄ պետություններում Հայաստանի առևտրային ներկայացուցիչների (ատաշենների) ինստիտուտի ամրապնդում

Խիստ անհրաժեշտ է, որ ԵՏՄ-ին ինտեգրվելիս Հայաստանն ամրապնդի իր դիրքերը ԵՏՄ երկրներից յուրաքանչյուրում՝ դրանցում Հայաստանի դեսպանատներին կից հիմնադրելով Հայաստանի առևտրային ներկայացուցչի ինստիտուտ այն երկրներում, որտեղ այն բացակայում է և ամրապնդելով այդ ինստիտուտը այն երկրներում, որտեղ դրանք գոյություն ունեն: Առևտրի ներկայացուցիչը պետք է պատասխանատու լինի տվյալ երկրում Հայաստանի ապրանքների միջազգային առևտրի զարգացման ու համակարգման և ուղղակի ներդրումների քաղաքականության համար՝ և պետք է վերահսկի առևտրային հարաբերությունները իր պաշտոնավարման երկրում:

Ներկայացուցիչը պետք է.

- տրամադրի առանցքային տնտեսական (մակրո և միկրո) տվյալներ և վերլուծություն ամենօրյա կտրվածքով տվյալ երկրի Հայաստանի դեսպանատանը և ՀՀ համապատասխան նախարարությունների գործընկերներին, պատրաստի կանոնավոր հաշվետվություններ ու տեղեկանքներ բիզնեսի ու առևտրի և ընդհանրապես երկրի մասին,
- բարելավի առևտրային հարցերում Հայաստանի դեսպանատանն աջակցության տրամադրման գործառույթը ռեզիդենտ երկրում և աջակցի դեսպանատան տնտեսական հեռանկարի վերաստեղծմանը,

- կատարի կանոնավոր վերլուծություն և մատնանշի բիզնես հնարավորությունները Հայաստանի համար ռեզիդենտ երկրում,
- ուղղակիորեն կապի մեջ լինի տեղական բիզնեսների, բիզնես միությունների և պետական գերատեսչությունների հետ՝ ապահովելով, որ հայաստանյան բիզնեսներին տրամադրվում են հնարավորություններ և հայաստանյան ընկերությունների համար դյուրինացվում է գործարարությամբ զբաղվելը կոնկրետ ռեզիդենտ երկրում:

Հայաստանը պետք է ունենա մշտական առևտրի ներկայացուցիչ ԵՏՄ յուրաքանչյուր երկրում, անկախ այն բանից, թե Հայաստանն այդ երկրում ունի ֆիզիկական ներկայություն՝ դեսպանատան տեսքով, թե ոչ:

Առաջարկություններ բիզնես միության (ասոցիացիայի) գործակալության մակարդակում

Բիզնես միությունների (ասոցիացիաների), ներառյալ ոլորտային, հիմնական դերը ընդհանուր շահի պաշտպանության կոլեկտիվ գործողությունն է: Համաշխարհային Բանկի կողմից կոլեկտիվ գործողությունը սահմանված է որպես «համագործակցային և գործընկերության կայուն գործընթաց շահագրգիռ կողմերի միջև»: Փորձը ցույց է տալիս, որ կոլեկտիվ գործողությունը մեծացնում է անհատական գործողության ազդեցությունը և անհատական դերակատարների վստահությունը համախոհ կազմակերպությունների միության հանդեպ ու հավասարեցնում է դաշտը մրցակիցների միջև: Ռազմավարական մոտեցում է երբ բիզնեսները՝ համախմբված ընդհանուր նպատակների շուրջ, միասին են աշխատում իրենց արտահանման կարճաժամկետ կամ երկարաժամկետ ռազմավարությունը մշակելու շրջանակում: Կոլեկտիվ գործողության մոտեցումները ավելի հաջողված են լինում, երբ դրանց աջակցում է միջնորդը: Ի թիվս այլոց, պոտենցիալ միջնորդներից են առևտրի պալատները, բիզնես ասոցիացիաները կամ արհմիությունները: Այս առումով շատ կարևոր է, որ հայաստանյան ոլորտային բիզնես միությունները (ասոցիացիաները) կատարեն համակարգողի և սատարողի դեր՝ ԵՏՄ երկրների հնարավորությունները կապելով համապատասխան ոլորտի բիզնեսների հետ, ամրապնդեն ողջ բիզնես ոլորտը և հնարավորություն ստեղծեն այդ ոլորտում արտահանմամբ հետաքրքրված յուրաքանչյուր բիզնեսի համար: Այս կապակցությամբ բիզնես միությունների (ասոցիացիաների) կողմից

ձեռնարկվող գործողությունները ներառում են, բայց չեն սահմանափակվում հետևյալով.

- Ստեղծել և սերտ կապեր պահպանել համապատասխան բիզնես միությունների (ասոցիացիաների) հետ Բելառուսում, Ղազախստանում, Ղրղզստանում և Ռուսաստանում՝ անհրաժեշտ օգտակար տեղեկատվություն ձեռք բերելու և Հայաստանի միությունների անդամ տնտեսվարող սուբյեկտներին փոխանցելու համար:
- Ստեղծել և սերտ կապեր պահպանել ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության, ՀՀ արտաքին գործերի նախարարության, ՀՀ միջազգային տնտեսական ինտեգրման և բարեփոխումների նախարարության, ԵՏՄ երկրներում Հայաստանի դեսպանատների հետ՝ անհրաժեշտ օգտակար տեղեկատվություն ձեռք բերելու և Հայաստանի միությունների անդամ տնտեսվարող սուբյեկտներին փոխանցելու համար, ինչպես նաև արտահանման գործընթացի ժամանակ ոլորտային բիզնեսներից ստացված արձագանքները այն բոլոր կառույցներին հաղորդելու համար, որոնք կարող են զբաղվել այդ արձագանքներով:
- Աջակցել, որպեսզի ոլորտային միությունների անդամ բիզնեսները մշակեն ու իրականացնեն ընդհանուր գործողություններ, որոնք կամրապնդեն նրանց դիրքը և կմեծացնեն նրանց շանսերը իրենց ապրանքները և ծառայությունները արտահանելու հարցում, ինչպիսին է՝ խորհրդատվությունը այս կամ այն երկրի կողմից սահմանված արտահանման չափանիշների և կանոնակարգերի պահանջների վերաբերյալ կամ ամենալավ/տեղական գործելակարգի մասին իրազեկումը՝ ըստ համապատասխան երկրների գործընկեր պալատների (ասոցիացիաների) առաջարկությունների:

Առևտրի պալատները, միությունները և ասոցիացիաները՝ որպես բիզնես ցանցի ձև, որի նպատակը բիզնեսների շահերի առաջ մղելն է, պետք է ուղղակիորեն կատարեն իրենց գործառույթները: Սա չի նշանակում բիզնեսների համար կամ փոխարեն բիզնեսների կարգավիճակով գործարարությամբ զբաղվել: Կարևոր է միշտ հիշել, որ բիզնես վարքագծի հետագա հաջողության համար պատասխանատուն է միայն բիզնեսը: Կարևոր է հասկանալ, որ ոլորտային միությունները կատարում են միայն աջակցողի և սատարողի դեր և չեն կատարում այն աշխատանքը, որը բիզնես գործունեությամբ զբաղվելու ընթացքում, կարելի է կատարել պայմանագրային հիմունքներով՝ հանձնարարելով երրորդ կողմին:

Առաջարկություններ առանձին բիզնեսների մակարդակում

Ղազախաստան

Ղազախաստանի բնակչությունը մոտավորապես 17 միլիոն է, որից մոտավորապես 1.8 միլիոնը ապրում է ամենամեծ քաղաքում՝ Ալմաթիում, իսկ իր մեծությամբ երկրորդ քաղաքը՝ Աստանան ունի 732,000 բնակիչ: Մեկ շնչին բաժին ընկնող ավելի քան 12,000 ԱՄՆ դոլար ՀՆԱ ունեցող երկիրը հսկայական պոտենցիալ շուկա է Հայաստանի համար՝ Եվրասիական տեսական միության շուկայում: Մինչդեռ իրական թվերը ցույց են տալիս, որ առևտուրը Ղազախաստանի և Հայաստանի միջև գործնականում բացակայում է:

2014 թվականին Հայաստանի կողմից Ղազախաստան արտահանած ապրանքների և ծառայությունների արժեքը չի գերազանցել 7 միլիոն ԱՄՆ դոլարը կամ ավելի քիչ, քան ԵՏՄ ընդհանուր արտահանման 0.4%-ը: 2015 թվականի յոթ ամիսների ընթացքում արտահանումը դեպի Ղազախաստան կազմել է ընդամենը 3.6 ԱՄՆ դոլար:

2014 թվականին Հայաստանի առևտուրը Ղազախաստանի հետ (միլիոն ԱՄՆ դոլար)

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Տարի	2014թ. ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ղազախաստան	Ընդհանուրի %
Արտահանում	324238.5	20.9		6951.8	0.4
Ներմուծում	1154463.8	26		556.3	0.01
Ընդամենը	1478702.3	24.7		7508.1	0.1

2015 թվականին Հայաստանի առևտուրը Ղազախաստանի հետ (միլիոն ԱՄՆ դոլար)

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Տարի	2015թ. ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ղազախաստան	Ընդհանուրի %
Արտահանում	236246.5	15.9		4857.7	0.3
Ներմուծում	982124.6	30.1		292.4	0.009
Ընդամենը	1218371.1	25.7		5150.1	0.1

Եզրակացությունն այն է, որ Ղազախատանը հանդիսանում է քիչ բացահայտված, քիչ օգտագործվող և թերագնահատված շուկա Հայաստանից արտահանվող ապրանքների համար, որոնց ներկայացված են ստորև.

Հիմնական արտահանվող ապրանքները Հայաստանի արտահանման կառուցվածքում, 2014 թվական

Ապրանքային խումբ	Բաժինը Հայաստանի արտահանման մեջ, 2014թ.	Արտահանման արժեք, ԱՄՆ դոլար, 2014թ.,
Հանքահումքային արտադրանք	26.1%	389,383,148
Սև մետաղներ	20.3%	302,300,014
Ոգելից խմիչք	11.9%	177,011,237
Ադամանդ	7.9%	118,017,982
Ծխախոտ	7.8%	115,881,754
Թանկարժեք կամ կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ	5.9%	88,241,739
Մեքենաներ, սարքավորումներ և մեխանիզմներ	3.4%	50,166,363
Մանածագործական իրեր	3.3%	49,899,316
Ձուկ և ծովամթերք	2.0%	30,516,949
Պտուղ-բանջարեղեն	1.7%	25,797,804
Ոսկեղեն	1.5%	21,739,954
Իրեր քարից, գիպսից, ապակուց-կայլն	1.4%	21,030,074

Ղազախատանը հսկայական ներմուծող երկիր է, որի տարեկան ներմուծումը մոտավորապես 50 միլիարդ ԱՄՆ դոլար է, ընդ որում մի շարք ապրանքներ առկա են Հայաստանի արտահանման կառուցվածքում, օրինակ.

- Պտուղ-բանջարեղեն – 1.21 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, որից.
 - ծիրան – 52 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 - խաղող – 36 միլիոն ԱՄՆ դոլար
- Կենդանական ծագման ապրանքներ - 865 միլիոն ԱՄՆ դոլար, որից.
 - պանիր – 65 միլիոն ԱՄՆ դոլար

Սննդամթերք – 2.21 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, որից.
 շոկոլատ – 256 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 մրգահյութ – 65 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 ծխախոտ – 136 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 ոգելից խմիչք – 132 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 գինի – 50 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 վերամշակված միրգ – 60 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 վերամշակված լոլիկ – 21 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
 Կոշկեղեն – 613 միլիոն ԱՄՆ դոլար
 Մանածագործական արտադրանք – 1.71 միլիարդ ԱՄՆ դոլար

Առաջարկություններ շուկա մուտք գործելու համար

Բազմաթիվ խորհուրդներ, որոնք հայաստանյան ընկերությունները կարող են կենսագործել Ղազախստանում, ունեն համընդհանուր բնույթ և կիրառելի են բոլոր երկրների համար և ամփոփված են այն կոնկրետ դեպքերի ուսումնասիրություններում, որոնք ՄԹ առևտրի և ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքում առաջարկվում է որպես Միասնական շուկա ներթափանցելու հաջողված պատմությունների օրինակներ բրիտանական բիզնեսների համար.

- «կատարեք շատ հետազոտություններ և խնամքով ընտրեք ձեր թիրախային տարածաշրջանները»
- «որոշ ժամանակ անց կացրեք տարածաշրջանում՝ ձեր գործընկերներին և մանրածախ առևտրով զբաղվողներին հարցնելով, թե ինչ ակնկալիքներ ունեն ձեզնից»
- «Ձեր ապրանքների տեսականին համապատասխանեցրեք սլոյալ երկրի համար»
- «վարձեքբարձր որակավորում ունեցող տեղացի կառավարիչ, ով սկզբում պատրաստ է աշխատել մենակ»
- «պատրաստվեք երկար ճանապարհ անցնելու համար, մեկ օրում ոչինչ չի լինում»
- «տեղացի օժանդակ աշխատակազմին լիարժեք ներկայացրեք նպատակները և ինչ առաջընթաց կա գործերում»
- «պահպանեք մոտիվացիան»:

Ինչպես նշվել է ավելի վաղ այս փաստաթղթում, այս բոլոր խորհուրդները համընդհանուր ձևով կիրառելի են հայաստանյան բիզնեսների համար ԵՏՄ շուկա, ներառյալ Ղազախստան մուտք գործելու համար:

Ղազախստանը շատ հնարավորություններ է առաջարկում, բայց հնարավոր է, որ այն ճիշտ շուկա է ոչ բոլոր ընկերությունների համար: Ըստ ԱՄՆ առևտրի դեպարտամենտի արտաքին առևտրի գրասենյակի արտահանման աջակցության բաժնի, առավելություն կունենան այն ընկերությունները, որոնք բավարարում են ստորև ներկայացված մեկ կամ ավելի չափանիշներին.

- Ընկերության գործունեության կարևոր մասն են կազմում միջազգային առևտուրը և զարգացող շուկաները,
- Ընկերությունն ունի Արևելյան Եվրոպայում, Կովկասում, Ռուսաստանում կամ Ուկրաինայում աշխատելու փորձ,
- Ընկերությունը պատրաստ է երկարաժամկետ կտրվածքով ներդնել ժամանակ, ջանք և ռեսուրսներ:

Արտահանողներից շատերի կարծիքով, Ղազախստանի շուկա հեշտությամբ մուտք գործելու առաջին քայլը տեղացի առաքիչներ գտնելն է: Տեղացի առաքիչը սովորաբար պատասխանատու է մաքսազերծման, կայացած մեծածախ/մանրածախ վաճառքով զբաղվողների, ուղղակիորեն խոշոր կորպորացիաների կամ կառավարության համար ապրանքի մարքեթինգի և, անհրաժեշտության դեպքում, հետվաճառքային սպասարկման համար: Քիչ չեն այն դեպքերը, երբ գործընկեր է դառնում ընկերություն, որը գործում է մի քանի իրարից անկախ ոլորտներում: Վաղ փուլում կատարվող այլ առաջին օգտակար քայլերից են.

- Շուկայի մանրամասն հետազոտության իրականացում՝ կոնկրետ ոլորտների հնարավորությունները պարզելու համար:
- Հիմնադրել տեղական ներկայացուցչություն կամ ընտրել տեղացի գործընկեր՝ Ղազախստանում արդյունավետ մարքեթինգի կամ վաճառքի ու առաքման համար: Հաշվի առեք, որ Ղազախստանում բնակավայրերը միմյանցից հեռու են գտնվում և առաքման խողովակները պետք է կարողանան ներկայացնել ընկերության կարիքները ողջ երկրում: Պետք է դրսևորել պատշաճ ջանասիրություն՝ մանրամասն ուսումնասիրել գործընկերոջ գործունեությունը պայմանագիր ստորագրելուց առաջ:
- Նախատեսել երկար ժամկետներ պլանների իրականացման և դրական արդյունքների հասնելու համար: Մի ակնկալեք, որ դա լինելու է ոչ թանկ շուկա, որտեղ կարելի է արագորեն մուտք գործել:
- Պատրաստ եղեք ֆինանսներ հայթհայթելու հարցում օգնել ձեր գնորդներին (տես՝ Գլուխ 7):

ՄԹ առևտրի և արդյունաբերության նախարարությունը առաջարկում է դիտարկել Ղազախստանի շուկա տանող հետևյալ հիմնական ուղիները.

- Տեղացի գործընկերոջ հետ համատեղ ձեռնարկության (ՀՁ) ստեղծում
- Արտահանում տեղացի գործակալի կամ առաքիչի միջոցով
- Տեղական ընկերության հիմնադրում

Օգտակար կոնտակտներ օտարերկրյա բիզնեսների համար Ղազախստանում

76

Ղազախստանի Հանրապետության ներդրումների և զարգացման նախարարությունը այն կոնտակտային կառույցն է, որտեղից կարելի է շատ տեղեկություններ ձեռք բերել Ղազախստանում բիզնես հնարավորությունների մասին:

Ղազախստանում բիզնես հնարավորությունների մասին շատ տեղեկություններ ձեռք բերելու հաջորդ կոնտակտային կառույցը Ղազախստանի Հանրապետության ազգային էկոնոմիկայի նախարարությունն է:

Ղազախստանի Հանրապետության ձեռներեցների ազգային պալատը հասարակական կազմակերպություն է, որը կոնտակտ կառույց է այն բիզնեսների համար, որոնց նպատակը բիզնես գործունեությամբ զբաղվելն է Ղազախստանի հետ և Ղազախստանում:

Բելառուս

Մոտավորապես 10 միլիոն բնակչություն և մեկ շնչին ընկող ավելի քան 8000 ԱՄՆ դոլար ՀՆԱ ունեցող Բելառուսը մեկ այլ մեծ պոտենցիալ շուկա է Հայաստանի համար՝ Եվրասիական տնտեսական միության միասնական շուկայում: Այդուհանդերձ, թվերը ցույց են տալիս, որ արտաքին առևտուրը Հայաստանի և Բելառուսի միջև փոքր է:

2014 թվականին Հայաստանից Բելառուս արտահանված ապրանքների և ծառայությունների արժեքը կազմել է ընդամենը 9 միլիոն ԱՄՆ դոլար կամ ավելի քիչ քան ԵՏՄ ընդհանուր արտահանման 0.6%-ը: Իսկ 2015 թվականի յոթ ամիսների ընթացքում արտահանումը դեպի Բելառուս կազմել է ընդամենը 3.2 միլիոն ԱՄՆ դոլար:

2014 թվականին Հայաստանի առևտուրը Բելառուսի հետ (միլիոն ԱՄՆ դոլար)

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Տարի	2014թ. ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	324238.5	20.9		9036.5	0.6
Ներմուծում	1154463.8	26		31031.5	0.7
Ընդամենը	1478702.3	24.7		40068.0	0.7

2015 թվականին Հայաստանի առևտուրը Բելառուսի հետ (միլիոն ԱՄՆ դոլար)

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Տարի	2015թ. ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Բելառուս	Ընդհանուրի %
Արտահանում	236246.5	15.9		5461.8	0.4
Ներմուծում	982124.6	30.1		33787.6	1.04
Ընդամենը	1218371.1	25.7		39249.4	0.8

Ինչպես Ղազախստանի դեպքում, եզրակացությունն այն է, որ Բելառուսը հանդիսանում է քիչ բացահայտված, քիչ օգտագործվող և թերագնահատված շուկա Հայաստանի արտահանողների համար:

Բելառուսը հիմնականում ներմուծում է էներգետիկ ռեսուրսներ (նավթ և բնական գազ), հումք և արդյունաբերական սարքավորումների բաղադրիչներ (մետաղներ և մետաղական արտադրանք, հումք քիմիական արդյունաբերության համար, սարքավորումների մասեր):

Ներկայումս Բելառուսն առևտրային հարաբերություններ ունի աշխարհի ավելի քան 180 երկրների հետ:

Բելառուսի Հանրապետության խոշոր առևտրային գործընկերը Ռուսաստանի Դաշնությունն է, որին բաժին է ընկնում արտահանման ավելի քան 40 տոկոսը և ներմուծման ծավալի կեսից ավելին:

Բելառուսի Հանրապետության երկրորդ խոշոր առևտրային գործընկերը Եվրոպական Միությունն է, որին բաժին է ընկնում արտահանման ավելի քան 30 տոկոսը կամ ներմուծման մեկ հինգերորդը: ԵՄ-ում հիմնական գործընկերներն են Մեծ Բրիտանիան, Հոլանդիան, Գերմանիան, Լիտվան, Իտալիան, Լեհաստանը, Լատվիան, Բելգիան և Չեխիայի

Հանրապետությունը: Ռուսաստանից հետո Բելառուսի ԱՊՀ երկրների հետ արտաքին առևտրի ծավալում երկրորդ տեղը զբաղեցնում է Ուկրաինան, իսկ երրորդը՝ Ղազախստանը:

Համագործակցության դրական դինամիկա գոյություն ունի Լատինական Ամերիկայի ավանդական գործընկերների՝ Բրազիլիայի, Վենեսուելայի և Էկվադորի, իսկ Ասիայում՝ հիմնականում Չինաստանի, Հնդկաստանի, Ինդոնեզիայի և Թուրքիայի հետ:

Տարեկան 45 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժեզույթյամբ ներմուծման կառուցվածքում կան մի շարք ապրանքներ, որոնք արտահանվում են Հայաստանից, մասնավորապես.

Պտուղ-բանջարեղեն – 1 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, որից.

ծիրան – 41 միլիոն ԱՄՆ դոլար

խաղող – 45 միլիոն ԱՄՆ դոլար

Սննդամթերք – 1.911 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, որից.

շոկոլադ – 140 միլիոն ԱՄՆ դոլար,

ոգելից խմիչք – 65 միլիոն ԱՄՆ դոլար,

մրգահյութ – 37 միլիոն ԱՄՆ դոլար,

ծխախոտ և սիգարետ – 130 միլիոն ԱՄՆ դոլար,

գարեջուր – 84 միլիոն ԱՄՆ դոլար,

գինի – 75 միլիոն ԱՄՆ դոլար

Կոշկեղեն – 297 միլիոն ԱՄՆ դոլար

Մանածագործական արտադրանք – 960 միլիոն ԱՄՆ դոլար

Առաջարկություններ շուկա մուտք գործելու համար Հակիրճ խորհուրդներ պետական պաշտոնյաների վարվելա- կարգի մասին

Բելառուսի կառավարությունը աշխատում է ավելի մատչելի դարձնել պետական հաստատությունները օտարերկրյա գործընկերների և ներդրողների համար:

Բելառուսի պետական պաշտոնյայի հետ հանդիպումը ավելի պաշտոնական է՝ համեմատած բիզնեսմեներների հանդիպումների հետ:

Ձեր կազմակերպության կարգավիճակով է պայմանավորված, թե որ օղակի ղեկավարի հետ կկայանա ձեր հանդիպումը: Եթե հանդիպումը լավ է ընթանում, ապա սովորաբար հանդիպմանը միանում են ավելի վերին օղակի ղեկավարներ:

Հակիրճ խորհուրդներ բիզնես վարվելակարգի մասին

- Բիզնես հանդիպումները սովորաբար անցնում են զուսպ, բայց պաշտոնական միջավայրում, ուստի հարկ է հազնվել համապատասխանաբար:
- Խիստ կարևոր են անձնական հարաբերությունները, վստահության վրա հիմնված գործընկերության էական նշանակություն ունի բիզնեսի հաջողության համար:
- Համբերատար եղեք: Եթե ունեք լավ ապրանք և լավ գին եք առաջարկում, ապա հավանաբար հաջողության կհասնեք, թեպետ գործընթացը կարող է ավելի երկար տվել՝ այլ երկրների հետ համեմատած:
- Բելառուսում ավելի տարիքով մարդիկ ծանոթանալիս ասում են իրենց անունը և հայրանունը, և դուք նրանց պետք է դիմեք անուն-հայրանունով:
- Նախքան Բելառուս մեկնելը, տպագրեք այցեքարտեր՝ մի կողմում անգլերեն, իսկ մյուս կողմում՝ ռուսերեն լեզուներով: Հանդիպումը սկսելուց առաջ այցեքարտեր տվեք սենյակում գտնվող բոլոր ներկաներին:
- Վարձեք տեղացի լավ թարգմանիչ:
- Լավ տոն չի համարվում հյուրընկալող երկիրը քննադատելը:
- Պատրաստ եղեք ձեզ առաջարկվող ուտելիքը կամ խմիչքը փորձելու համար:
- Մի որդեգրեք խիստ մոտեցում գների և համաձայնագրերի հարցում, պատրաստ եղեք բանակցելու և զիջումների գնալու համար:

2002-2010 թվականների ընթացքում Բելառուսում օտարերկրյա ներդրումները աճել են 13 անգամ, իսկ արտաքին առևտրի ծավալը քառապատկվել է: 2014 թվականին արտաքին ներդրողները 15.1 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի ներդրումներ են կատարել Բելառուսի տնտեսության իրական հատվածում:

Եթե ցանկանում եք Բելառուսում զբաղվել առևտրով՝ որպես օտարերկրյա կամ միջազգային կազմակերպություն, ապա անհրաժեշտ է որդեգրել ներկայացված երկու ձևերից որևէ մեկը՝ կամ որպես ներկայացուցչական գրասենյակ (ՆԳ) կամ որպես իրավաբանական անձ:

Երկու տարբերակների համար էլ ձեզ անհրաժեշտ է գրանցվել Հարկային մարմնում:

Ավանդաբար ներկայացուցչական գրասենյակները Բելառուսում եղել են պարզապես կազմակերպություններ, որոնք գործում են որպես արտասահմանյան ընկերությունների դեսպաններ, բայց հարկեր չեն վճարում այնտեղ: Ներկայումս կարող եք հարկեր վճարել ՆԳ ունենալու դեպքում ու պայմանագրեր ստորագրել և բանակցություններ վարել: Այնուամենայնիվ, եթե ցանկանում եք երկարաժամկետ առևտրային գործունեություն ծավալել Բելառուսում, ապա լավագույն տարբերակը կարող է լինել իրավաբանական անձի կարգավիճակ ձեռք բերելը: Բելառուսական օրենքներում սահմանված են կազմակերպարավական տարբեր տեսակներ առևտրային կազմակերպությունների համար:

Իրավաբանական անձերից շատերը՝ որպես իրենց բիզնեսի ամենահարմար տեսակ, ընտրում են ստորև ներկայացվածներից որևէ մեկը.

- Բաժնետիրական ընկերություններ
- Սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերություններ
- Ունիտար ձեռնարկություններ

Բազմաթիվ խորհուրդներ, որոնք հայաստանյան ընկերությունները կարող են կենսագործել Բելառուսում, ունեն համընդհանուր բնույթ և կիրառելի են բոլոր երկրների համար և ամփոփված են այն կոնկրետ դեպքերի ուսումնասիրություններում, որոնք ՄԹ առևտրի և ներդրումների նախարարության պաշտոնական կայքում առաջարկվում է որպես Միասնական շուկա ներթափանցելու հաջողված պատմությունների օրինակներ բրիտանական բիզնեսների համար.

- «կատարեք շատ հետազոտություններ և խնամքով ընտրեք ձեր թիրախային տարածաշրջանները»
- «որոշ ժամանակ անց կացրեք տարածաշրջանում՝ ձեր գործընկերներին և մանրածախ առևտրով զբաղվողներին հարցնելով, թե ինչ ակնկալիքներ ունեն ձեզնից»
- «Ձեր ապրանքների տեսականին համապատասխանեցրեք տվյալ երկրի համար»
- «վարձեք բարձր որակավորում ունեցող տեղացի կառավարիչ, ով սկզբում պատրաստ է աշխատել մենակ»
- «պատրաստվեք երկար ճանապարհ անցնելու համար, մեկ օրում ոչինչ չի լինում»
- «տեղացի օժանդակ աշխատակազմին լիարժեք ներկայացրեք նպատակները և ինչ առաջընթաց կա գործերում»
- «պահպանեք մոտիվացիան»:

Ինչպես ավելի վաղ նշվել է այս փաստաթղթում, այս բոլոր խորհուրդները համընդհանուր ձևով կիրառելի են հայաստանյան բիզնեսների համար ԵՏՄ շուկա, ներառյալ Բելառուս մուտք գործելու համար:

Օգտակար կոնտակտներ օտարերկրյա բիզնեսների համար Բելառուսում

Ներդրումների և սեփականաշնորհման ազգային գործակալություն

Ներդրումների և սեփականաշնորհման ազգային գործակալությունը ստեղծվել է երկրի համար ներդրումներ ներգրավելու և Բելառուսում գործող միջազգային ընկերություններին օգնելու համար:

Բելառուսում օտարերկրյա ներդրողներին տրամադրվող ծառայությունների թվում են.

- պատրաստել ներդրումային առաջարկություններ
- որոնել պոտենցիալ ներդրողներ
- հետազոտել ու վերլուծել պոտենցիալ ներդրողներին
- աջակցել պետական մարմինների և ազգային հաստատությունների հետ հարաբերություններին
- կազմակերպել հանդիպումներ պետական պաշտոնյաների և այլոց հետ
- ծանոթացնել Բելառուսի բիզնեսներին և օտարերկրյա գործընկերներին միմյանց հետ
- տեղեկատվական թերթիկներ և շուկայի հետազոտություն
- աջակցություն և ուղորդում:

Բելառուսի առևտրի և արդյունաբերության պալատ

Բելառուսական առևտրի և արդյունաբերության պալատը երկրում արտաքին առևտրի հարցերով զբաղվող հիմնական հասարակական կազմակերպություններից մեկն է երկրում:

Այս կազմակերպությունը բիզնեսներին օգնում է բազմաթիվ ասպեկտներում Բելառուսում, ներառյալ.

- Որոնում է բիզնես գործընկերներ օտարերկրյա բիզնեսների համար
- Օգնում է արտասահմանում առևտուր իրականացնող բելառուսական ընկերություններին
- Տրամադրում է իրավաբանական և կոմերցիոն հարցերով խորհրդատվություն
- Գրավոր և բանավոր թարգմանչական ծառայություններ

Բելառուսական ունիվերսալ ապրանքային բորսա

Բելառուսական ունիվերսալ ապրանքային բորսան (ԲՈՒԱԲ) Բելառուսի Հանրապետության միակ ապրանքային բորսան է և ամենամեծ բորսային հարթակներից մեկը Արևելյան Եվրոպայում: ԲՈՒԱԲ-ի հիմնական գործառույթն է աջակցել բելառուսական ընկերություններին՝ իրենց ապրանքները օտարերկրյա շուկաներում վաճառելու, իսկ օտարերկրյա ընկերություններին՝ բելառուսական շուկա մուտք գործելու հարցում:

ԲՈՒԱԲ մասնաճյուղեր ունի Բելառուսի Հանրապետության բոլոր շրջանային կենտրոններում:

82

Էկոնոմիկայի նախարարություն

Էկոնոմիկայի նախարարությունը պետական նախարարություն է, որը պատասխանատու է այլ երկրների հետ տնտեսական կապերի խթանման և Բելառուսի տնտեսության զարգացման համար:

Ղրղզստան

Ղրղզստանի բնակչությունը մոտավորապես 6 միլիոն է, և մեկ շնչին ընկնող 1270 ԱՄՆ դոլարը գերազանցող ՀՆԱ ունեցող Ղրղզստանը փոքր, բայց պոտենցիալ շուկա է Հայաստանի համար՝ Եվրասիական տնտեսական միության միասնական շուկայում:

Սակայն թվերը ցույց են տալիս, որ 2014 թվականին Հայաստանի և Ղրղզստանի միջև արտաքին առևտուր գրեթե գոյություն չի ունեցել, արտահանումը կազմել է ընդամենը 0.37 միլիոն ԱՄՆ դոլար: Նույն միտումն էր նաև 2015 թվականին:

Տարեկան 7 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժեղությամբ ներմուծվող ապրանքների շարքում կան բազմաթիվ ապրանքներ, որոնք ընդգրկված են Հայաստանի արտահանման կառուցվածքում, ինչպիսիք են.

Պտուղ-բանջարեղեն – 200 միլիոն ԱՄՆ դոլար, որից.

խաղող – 1.3 միլիոն ԱՄՆ դոլար

Սննդամթերք – 440 միլիոն ԱՄՆ դոլար, որից.

շոկոլադ – 69 միլիոն ԱՄՆ դոլար,

ոգելից խմիչք – 17.5 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
մրգահյութ – 4.8 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
ծխախոտ և սիգարետ – 66 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
գարեջուր – 13 միլիոն ԱՄՆ դոլար,
գինի – 4.8 միլիոն ԱՄՆ դոլար:
Կոշկեղեն – 130 միլիոն ԱՄՆ դոլար
Մանածագործական արտադրանք – 1.36 միլիարդ ԱՄՆ դոլար

Առաջարկություններ շուկա մուտք գործելու համար Բիզնեսի ստեղծում

Ձեռնարկություններ արեղծելու թույլատրելի ձևեր

Երկրի տարածքում գործունեություն ծավալելու համար, իրավաբանական անձը պետք է գրանցվի պետական երեք մարմիններում՝ Ղրղզստանի Հանրապետության արդարադատության նախարարությունում (երկրի յուրաքանչյուր շրջանում կան շրջանային ներկայացուցչական գրասենյակներ), Ազգային վիճակագրական կոմիտեում, որտեղ գրանցման տվյալները մուտքագրվում են Պետական վիճակագրական միասնական ռեեստրում և Պետական հարկային տեսչությունում (ՊՀՏ): Անհատ ձեռներեցները պետք է գրանցվեն միայն Ազգային վիճակագրական կոմիտեում և Պետական հարկային տեսչությունում:

Օտարերկրյա ներդրողներն ունեն նույն իրավաբանական կարգավիճակը՝ ինչ դրդական ներդրողները և կարող են գործունեություն ծավալել որպես լիարժեք օտարերկրյա ձեռնարկություն կամ գործակցելով տեղացի կամ արտասահմանյան ձեռներեցների հետ: Օտարերկրացիները կարող են գնել դրդական ընկերությունների բաժնետոմսեր և այլ արժեթղթեր ու մասնակցել սեփականաշնորհման ծրագրին:

Գրանցման ընթացակարգեր

Ղրղզստանի Հանրապետության արդարադատության նախարարությունում գրանցվելու համար ընկերության ներկայացուցիչը կամ հիմնադիրը պետք է ներկայացնի հետևյալ փաստաթղթերը.

- *գրանցման դիմում,*
- *այլ փաստաթղթեր՝ կախված ընկերության տեսակից:*

Եթե հիմնադիրներից մեկը օտարերկրյա իրավաբանական անձ է, ապա գրանցվելու համար անհրաժեշտ է ներկայացնել օրինական ձևով

ռեգիստրից ստացված տեղեկանք, որը հավաստում է, որ հիմնադիրը իրավաբանական անձ է՝ իր երկրի օրենսդրության համաձայն:

Բաժնետիրական ընկերություն գրանցելու համար հիմնադիրը պետք է ներկայացնի տեղեկանք բանկից, որը հաստատում է կանոնադրական կապիտալի 50%-ի առկայությունը:

Ի լրումն, որպես հիմնադիր հանդես եկող օտարերկրյա քաղաքացին պետք է ներկայացնի նաև իր անձնագրի պատճեն կամ անձը հաստատող որևէ այլ փաստաթուղթ (վիզայի տևողության հետ միասին):

Բոլոր փաստաթղթերին պետք է կցված լինեն նոտարի կողմից վավերացված ղրղզերեն կամ ռուսերեն թարգմանությունների օրինակները:

Ճեռնարկությունների գրանցում ազատ տնտեսական գոտիներում

Ազատ տնտեսական գոտում (ԱՏԳ) ձեռնարկություն գրանցելու համար գործում է հատուկ ընթացակարգ, որի համաձայն ձեռնարկությունները պետք է գրանցվեն ԱՏԳ-ի ղեկավարության մոտ:

Անհատ ձեռներեցների գրանցում

Անհատ ձեռներեցներին՝ ըստ նրանց տեղակայման վայրի, գրանցում են Ազգային վիճակագրական կոմիտեն և դրա շրջանային վարչությունները: Գրանցումը կատարվում է գրանցման համար ներկայացվող դիմումի և անձնագրի հիման վրա: Գրանցվելուց հետո վիճակագրական մարմինը տրամադրում է գրանցման սերտիֆիկատ՝ նույնականացման անհատական համարով:

Մասնաճյուղերի և ներկայացուցչությունների գրանցում

Մասնաճյուղերի և ներկայացուցչությունների գրանցումը կատարվում է նույն սկզբունքով, ինչ իրավաբանական անձանց գրանցումը: Գոյություն ունի լրացուցիչ փաստաթղթեր ներկայացնելու պահանջ՝ մասնաճյուղի կամ ներկայացուցչության կանոնակարգը և մասնաճյուղը կամ ներկայացուցչությունը հիմնող անձի գրանցման փաստաթղթերի պատճենները: Օտարերկրյա ձեռնարկությունը կամ ֆիզիկական անձը պետք է ներկայացնի նաև տեղեկանք՝ առևտրային գործունեությունը գրանցող համակարգից կամ այլ փաստաթուղթ, որը հաստատում է, որ Լրղզստանի Հանրապետությունում մասնաճյուղ/ներկայացուցչություն հիմնող ընկերությունը իրավաբանական անձ է՝ երկրի օրենսդրության համաձայն, ինչպես նաև նրա վճարունակությունը հաստատող տեղեկանք: Բոլոր փաստաթղթերին պետք է կցված լինեն նոտարի կողմից վավերացված ղրղզերեն կամ ռուսերեն թարգմանությունների օրինակները:

Օտարերկրյա ներդրումային միջավայրի ընդհանուր պատկերը

Փաստաթղթերի համաձայն, Ղրղզստանի Հանրապետությունն ունի ազատական ներդրումային ռեժիմ և առկա են առևտրի ոլորտը կարգավորող բազմաթիվ օրենքներ: Սակայն այդ օրենքները ոչ միշտ են կիրարկվում հետևողականորեն, խնդրահարույց է նաև պայմանագրերի պարտադիր լինելու իրավական հասկացությունը:

Ղրղզստանի Հանրապետությունը բաց է օտարերկրյա ուղղակի ներդրումների համար և կառավարությունը հրապարակայնորեն ընդունում է, որ օտարերկրյա ուղղակի ներդրումները կարևոր բաղադրիչն է տնտեսության աճի համար:

Գոյություն ունեն ներդրումային միջավայրը օտարերկրյա ընկերությունների համար ավելի բարենպաստ դարձնելու մասին օրենքներ:

Արտարժույթը լայնորեն գործածվում է և մրցունակ է:

Առևտրային արբիտրաժի մասին օրենքը թույլ է տալիս արբիտրաժի միջոցով լուծել միջազգային և ներքին վեճերը:

Ղրղզստանի Հանրապետությունը անդամակցում է Ներդրումային վեճերի կարգավորման միջազգային կենտրոնին (ՆՎԿՄԿ): Անդամակցության պայմանագիրը ստորագրվել է 1995 թվականի հունիսի 9-ին և վավերացվել 1997 թվականի հուլիսի 5-ին: 1997 թվականի մարտի 18-ին Ղրղզստանի Հանրապետությունը դարձել է 1958 թվականի Նյու Յորքում ընդունված Օտարերկրյա արբիտրաժային որոշումների ճանաչման և կիրարկման կոնվենցիային:

Հանդիսանալով Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության (ԱՀԿ) անդամ, Ղրղզստանի Հանրապետությունը գործում է ԱՀԿ-ի առևտրին առնչվող ներդրումային միջոցառումների պարտավորությունների համաձայն: Ղրղզստանի կառավարությունը կրճատել է նաև օտարերկրյա ներդրողների կողմից իրենց բնակության երկրում վճարվող շահույթահարկի հարկային բեռը՝ տեղական ներդրողների հարկային տոկոսադրույքներին համապատասխանեցնելու համար:

Օտարերկրյա և տեղացի մասնավոր իրավաբանական անձինք կարող են ունենալ բիզնես ձեռնարկություններ և ներգրավվել մի շարք կոմերցիոն աշխատանքներում: Օտարերկրյա իրավաբանական անձանց որոշակիորեն արգելված է դառնալ հողի՝ ներառյալ գյուղատնտեսական հողի սեփականատեր, թեպետ կանոնակարգերով թույլատրվում է գույքի վարձակալում մինչև 99 տարի ժամկետով:

Օտարերկրացիներին չի արգելվում հող վարձակալել՝ բնակության կամ գործարանների համար: Հողի կենտրոնական ռեգիստրը օգնել է

պոտենցիալ վարկառուներին և այլոց անշարժ գույքի (օրինակ՝ հող, շենքեր և այլ հարմարություններ) ֆինանսավորման հետ կապված հարցերը լուծելու հարցում: Սակայն Ղրղզստանի Հանրապետության բանկային համակարգը շարունակում է մնալ համեմատաբար թույլ զարգացած և միջազգային չափանիշներով ոչ մրցակցային:

Դանդաղորեն զարգանում է գույքային իրավունքների պաշտպանությունը:

Ղրղզստանի Հանրապետությունը՝ որպես ԱՀԿ-ի անդամ, պարտավոր է պաշտպանել հեղինակային իրավունքները: 2002 թվականին Ղրղզստանի Հանրապետությունը միացել է թե՛ ՀԻՊԿ-ի հեղինակային իրավունքների համաձայնագրին և ՀԻՊԿ-ի կենդանի կատարման և ձայնագրվածքի մասին պայմանագրին: Սակայն լայնորեն տարածված են կեղծված ապրանքները, որոնք հիմնականում պատրաստված են Չինաստանում:

Օգտակար կոնսակտներ օտարերկրյա բիզնեսների համար Ղրղզստանում

Էկոնոմիկայի նախարարությունը ունի ներդրումների վարչություն և հակամրցակցային քաղաքականության բաժին, որը օգնում է ներդրողներին բյուրոկրատական ընթացակարգերը հաղթահարելու հարցում:

Այս վարչությունը հավաքում է նաև տեղեկություններ Ղրղզստանի Հանրապետությունում ներդրումային ծրագրերի մասին: Սակայն, ձեռնարկություն բացելու հարցում աջակցություն տրամադրելու այս վարչության ընդհանուր արդյունավետությունը սահմանափակ է, քանի որ պաշտոնական բյուրակրատական ընթացակարգերը հանդիսանում են բիզնես բացելու խոչընդոտներից մեկը միայն:

Նախագահի հովանու ներքո գործող Ներդրումային խորհուրդը ստեղծվել է բիզնես միջավայրի կարգավորման հետագա բարելավման նպատակով:

Քանի որ շուկան փոքր է և թույլ զարգացած շուկա, ապա Հայաստանի բիզնեսները Ղրղզստանում կհանդիպեն նույն մարտահրավերներին, ինչ այդ երկրում գործող ցանկացած օտարերկրյա բիզնես: Երբ հայաստանյան բիզնեսները դիտարկում են Ղրղզստանում բիզնեսով զբաղվելու հարցը, ապա պետք է դիտարկեն շուկան բացահայտելու ջանքերի ծավալը՝ ակնկալվող օգուտների հետ համեմատած: Ակնհայտորեն Ղրղզստանի Հանրապետությունը ամենադժվար և ամենաքիչ գրավիչ շուկան է ԵՏՄ բոլոր շուկաների մեջ:

Ռ-ուսաստան

ԵՏՄ երկրների հետ Հայաստանի արտաքին առևտրի կառուցվածքի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ Հայաստանի հիմնական և ամենամեծ առևտրային գործընկերը ԵՏՄ երկրներում եղել և մնում է Ռ-ուսաստանի Դաշնությունը, որին բաժին է ընկնում ԵՏՄ երկրների հետ Հայաստանի ողջ առևտրի մոտավորապես 95%-ը: Հայաստանը տարեցտարի ավելացրել է իր արտահանումը Ռ-ուսաստան, ինչպես նաև ներմուծումը Ռ-ուսաստանից՝ տարեկան ընդհանուր առևտրային հաշվեկշիռը կազմում է մոտավորապես 1.4-1.5 միլիարդ ԱՄՆ դոլար:

2014 թվականին Հայաստանի արտաքին առևտուրը Ռ-ուսաստանի հետ (միլիոն ԱՄՆ դոլար)

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Տարի	2014թ. ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռ-ուսաստան	Ընդհանուրի %
Արտահանում	324238.5	20.9		308250.2	19.9
Ներմուծում	1154463.8	26		1122876.0	25.3
Ընդամենը	1478702.3	24.7		1431126.2	23.9

2015 թվականին Հայաստանի առևտուրը Ռ-ուսաստանի հետ (միլիոն ԱՄՆ դոլար)

Աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն

Տարի	2015թ. ԵՏՄ	Ընդհանուրի %	որից	Ռ-ուսաստան	Ընդհանուրի %
Արտահանում	236246.5	15.9		225927.2	15.1
Ներմուծում	982124.6	30.1		948044.6	39.1
Ընդամենը	1218371.1	25.7		1173971.8	24.8

Հայաստանի գրեթե 1.5 միլիարդ ԱՄՆ դոլար արժեղությամբ արտահանման կառուցվածքում դեպի Ռ-ուսաստան արտահանման բաժինը մոտավորապես 320 միլիոն ԱՄՆ դոլար է, որից 80%-ը բաժին է ընկնում սննդամթերքին և գյուղմթերքներին, 12%-ը՝ ընկնում թանկարժեք մետաղների և 3%-ը՝ սարքավորումներին:

Առաջարկություններ շուկա մուտք գործելու համար

2014 թվականին Ռուսաստանը աշխարհի իններորդ տնտեսությունն էր իր համախառն ներքին արտադրանքով (ՀՆԱ) ըստ ԱՄՀ-ի:

Ընկերությունները Ռուսաստանում հիմնականում զբաղվում են հետևյալ տեսակի բիզնես գործունեությամբ.

- Ուղղակի վաճառք
- Առաքման համաձայնագիր
- Ներկայացուցչական գրասենյակներ
- Օտարերկրյա իրավաբանական անձի մասնաճյուղ
- Դուստր կազմակերպություն

Ներկայացուցչական գրասենյակները հավատարմագրվում են 1-3 տարով: Դրանք կարող են իրականացնել միայնաշխատանքներ՝ ուղղված շահույթի ստացմանը, ինչպիսին է՝ շուկայի հետազոտությունը: Բանկային հաշիվների և ֆոնդերի փոխանցման համար նրանք կարող են առանց սահմանափակման օգտագործել ռուբլին և արտարժույթ:

Օտարերկրյա իրավաբանական անձի մասնաճյուղը հավատարմագրվում է 1, 2, 3 կամ 5 տարով: Դրանք կարող են իրականացնել բոլոր գործառույթները, որոնք իրակացնում են ընկերությունները Ռուսաստանի Դաշնությունում:

Ընկերությունները կարող են ընտրել Ռուսաստանում ներկայացուցչության հիմնադրումը՝ ռուսական դուստր ձեռնարկության միջոցով: Ռուսաստանում ամենատարածված բիզնես կառույցներն են.

- Սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերություն («ООО» ռուսերեն)
- Փակ բաժնետիրական ընկերություն («ЗАО» ռուսերեն)
- Բաց բաժնետիրական ընկերություն («ОАО» ռուսերեն)

Մի քանի խորհուրդներ .

- Պատրաստ եղեք ներդնելու զգալի ժամանակ, անձնակազմ և կապիտալ, քանի որ Ռուսաստանում բիզնես զարգացնելու համար անհրաժեշտ են շատ ռեսուրսներ:
- Կատարեք շուկայի հետազոտություն՝ հնարավորությունները և ռուսական պոտենցիալ գործընկերներին հստակեցնելու համար:
- Դրսևորեք պատշաճ ջանասիրություն՝ մանրամասն ուսումնասիրելով գործընկերների գործունեությունը նրանց վստահելիության մեջ համոզվելու համար:

- Խորհրդակցեք հայկական ընկերությունների հետ, որոնք արդեն գործում են շուկայում:
- Կանոնավոր կերպով հաղորդակցվեք ռուսական բիզնես գործընկերների հետ՝ ակնկալիքների հարցում ընդհանուր պատկերացում ապահովելու համար:
- Հաճախակի մեկնեք Ռուսաստան՝ գործընկերների հետ հարաբերություններ ստեղծելու և պահպանելու և շուկայի փոփոխվող պայմանները հասկանալու համար:
- Նախատեսեք երկար ժամկետներ:

Մի փոքր ավելի ընդլայնված Անել թե չանել

Առաջին, համոզվեք, որ ռուսական շուկա մուտք գործելու ձեր որոշումը լավ հիմնավորված է: Հաճախ ռուսական հնարավորությունները հակակշռում են այնպիսի հարցեր, որոնց երբեք չեք հանդիպել այլ շուկաներում: Դրանք կարող են պահանջել հավելյալ ջանքերի և ժամանակի տրամադրում: Պատրաստ եղեք դրա համար:

Կարարեք շուկայի հեղափոխություն նախքան շուկայի մեջ սուզվելը

Շատ դեպքերում ձեզ անհրաժեշտ չի լինի կատարել իրագործելիության թանկարժեք խորքային ուսումնասիրություն՝ Ռուսաստանում ձեր սպրանքների պահանջարկը պարզելու համար: Ռուսական շուկան թերհագեցված է բազմաթիվ ոլորտներում: Ձեր պոտենցիալ սպառողներից ստացվող առաջին արձագանքը կարող է հստակ ազդանշան լինել ձեզ համար՝ արդյոք շարունակել այդպես աշխատել, թե ոչ:

Գտեք վապահելի գործընկեր Ռուսաստանում

Ըստ էության, Ռուսաստանում գործունեություն ծավալելու համար շուկա մուտք գործողներին անհրաժեշտ չէ ստեղծել համատեղ ձեռնարկություն: Այնուամենայնիվ, հաջողակ գործընկերոջ կամ ձեր առաքիչի/մատակարարի առկայությունը զգալիորեն կարագացնի շուկա մուտք գործելու գործընթացը: Հաջողված գործընկերության բանալին վստահության և անձնական հարաբերություններ ստեղծելն է:

Սկզբում արեղծեր վարահություն

Ռուսաստանում հանդիպումների առաջին կանոնը այն է, որ ձեր առաջարկի հարցում պետք է լինեք անկեղծ, վճռական, պարզ ու շիտակ, ինչպես նաև շատ իրազեկված ձեր ապրանքի/ծառայության ոլորտում: Երբ ճանաչեք միմյանց, հստակ ցույց տվեք, թե որն է ձեր տարբերությունը մյուսներից:

Բիզնեսի հաջողության բանալին անձնական հարաբերություններն են

Զգարմանակ, եթե ձեզ ծանոթացնեն իրենց ընտանիքի հետ կամ հրավիրեն իրենց տուն: Ռուսաստանցիները ենթագիտակցաբար հակված են ուսումնասիրել ձեզ անձնական մակարդակում, որպեսզի հասկանան, թե արդյոք Դուք վստահելի մարդ եք՝ գործ բռնելու համար, թե ոչ: Վստահելի հարաբերություններ ստեղծելուց հետո, սովորաբար ձեզ ծանոթացնում են մյուս որոշում կայացնողների և բիզնեսների հետ, այդպիսով ճանապարհ բացելով ձեր բիզնեսի հաջողության, ձեզ անհրաժեշտ ուղղորդումներին, ի վերջո, վաճառքի համար: Անձնական հարաբերությունները միշտ գերակայում են պաշտոնական կապերին:

Մի թերագնահատեք ձեր ռուսաստանյան գործընկերոջը

Հարաբերությունների կառուցման ողջ գործընթացում հարգալից եղեք ձեր գործընկերոջ նկատմամբ և անկեղծորեն բացատրեք ձեր ռազմավարությունը և պլանները, եթե ցանկանում եք, որ նրանք օգնեն ձեզ: Ձեր առաջին քայլը կատարելուց առաջ համոզվեք, որ ձեր գործընկերը լիարժեք հասկանում է ձեր գործողությունները և դրանց հիմքում ընկած հիմնավորումը: Եթե հետևեք այս կանոնին, ապա կարող եք հաճելիորեն զարմանալ, թե որքան օրիգինալ և արդյունավետ կարող են լինել ձեր գործընկերոջ կողմից առաջարկվող լուծումները:

Մրցակիցներ և գործարար կապերի արժեքը

Ընկերական հարաբերություններ պահպանեք այլ ընկերությունների հետ, որոնք գործում են ձեր կողմից ընտրված ոլորտում՝ նրանց դիտարկելով ոչ թե որպես ձեր տեղական մրցակիցներ, այլ որպես ձեր

դաշնակիցներ: Դա էապես կընդլայնի ձեր բիզնես հարաբերությունները և դուք շատ արագ կճանաչեք տեղական միջավայրը:

Եղեք քաղաքականապես կոռեկտ

Ռուսաստանում սովորաբար հպարտանում են իրենց մշակույթով, ժառանգությամբ և պատմությամբ: Շատ հաճախ թվում է, որ նրանք քննադատում և շատ պահանջկոտ են իրենց քաղաքական էլիտայի հանդեպ: Սակայն չեն սիրում, երբ նրանց դատում են օտարները և ռուսները կարծում են, որ ներքին հարցերը միմիայն «իրենց ընտանեկան բիզնեսն է»: Ուստի, կենտրոնացեք բիզնեսի վրա և հեռու մնացեք նրանց առաջնորդներին, քաղաքականությունը և/կամ ավանդույթները քննադատելուց: Թույլ մի տվեք, որ ձեր ոչ ցանկալի ուղերձը ազդի ձեր հարաբերությունների և, ի վերջո, բիզնեսի վրա:

Հնարեք ձեր մեկնարկային բազան

Ավելի դյուրին և քիչ ծախսատար է սկսել որևէ մեկ աշխարհագրական վայրից և հաջողության հասնել այդտեղից: Դա կարող է լինել ձեր պահանջները բավարարող հատուկ տնտեսական գոտի (ՀՏԳ): Մեկ այլ տարբերակ է ձեր ռուսաստանցի գործընկերոջ գտնվելու վայրը, որտեղ նա լավ կայացած է և կարող է հեշտությամբ օգնել, որպեսզի ձեր նոր ձեռնարկությունը արագորեն աճի: Շուկա մուտք գործող շատ նորեկներ իրենց մուտքի համար ավանդաբար ընտրում են Մոսկվան կամ Սանկտ Պետերբուրգը, այսինքն, երկու խոշոր բիզնես կենտրոններ, որտեղ պահանջվող ռեսուրսներից շատերը ձեռքի տակ են: Տեխնոլոգիական և արդյունաբերական ընկերությունները հակված են գործունեության ծավալել նաև այն շրջաններում, որտեղ կան տեղական հնարավորություններ և ավելի էժան աշխատուժ:

Ներգրավեք պրոֆեսիոնալ փորձագետներին

Ռուսաստանում անդրսահմանային առևտուրը կարգավորվում է շարունակաբար փոփոխվող օրենսդրական համակարգի միջոցով: Հետևաբար, ուշադրությամբ լսեք ձեր տեղացի խորհրդատուի և/կամ իրավաբանի առաջարկությունները, որոնք վերաբերում են բիզնես մոդելին, մաքսային կանոնակարգերին, պահանջվող փաստաթղթերին, պայմանագրի բովանդակությանը, նյութա-տեխնիկական ապահովման գործողություններին,

պետական պաշտոնյաների հետ հաղորդակցություններին և այլն: Սովորաբար առևտրային գործարքները ճիշտ կատարելու նախապայմանը տեղացի փորձառու խորհրդատուներ ունենալն է:

Վճարումներ և պատշաճ ջանասիրություն

Ամենատարածված առաապելներից մեկը կապված է ռուս ենթակապալառուների կողմից վճարումների կասկածելի կարգապահության հետ: Փորձագետները ընդունում են, որ շատ դեպքերում հարաբերություններ հաստատելուց հետո ռուս ենթակապալառուները/գնորդները պատրաստ են վճարել նույնիսկ նախքան ապրանքի առաքումը: Այնուամենայնիվ, միշտ առաջարկվում է պատշաճ ջանասիրությունը՝ որպես մեկ այլ քայլ, որն անհրաժեշտ է Ռուսաստանի հետ ձեր առաջին փորձի համար: Իրականում, տեղեկատվության հասանելիության/հավաքելու գործընթացի առանձնահատկությունների պատճառով, այդ ստուգումները ավելի լավ և արագ կարող են կատարել տեղացի խորհրդատուները՝ համեմատած իրենց միջազգային գործընկերների հետ:

Լեզու, հաղորդակցություններ և մուտք շուկա

Ռուսերեն խստող աշխատակիցների առկայությունը կարող է հեշտությամբ լուծել լեզվական խոչընդոտի հարցը: Տեղացի գործակալի/առաքիչի/ներկայացուցչի միջոցով գործ բռնելը կարող է նույնիսկ ավելի արդյունավետ լուծում լինել: Շուկայում հաջողությամբ գործելու մեկ այլ արդյունավետ մոդել է տեղացի բիզնեսի հետ հիմնադրած ՀՁ-ը: Մի անտեսեք առևտրի և բիզնեսի տեղական ասոցիացիաները, որոնք կարող են խիստ օգտակար լինել (շուկայի առաջատարների հետ շփվելու, ենթակապալառուներին ավելի արագ գտնելու և նրանց հետ բանակցելու, արդյունավետ պատշաճ ջանասիրության, փաստերի ստուգման և այլնի համար):

Զարգացրեք հարաբերություններ կառավարության հետ

Պետք է շատ լրջորեն վերաբերվել կառավարության հետ հարաբերություններին, քանի որ Ռուսաստանում հաճախ ամենահզոր բաժնետերերը պետական մարմիններն են: Նրանց նկատմամբ հարգալից վերաբերմունքը և նրանց ճանաչելը խիստ կարևոր է: Ոլորտային կլաստերներում/հատուկ տնտեսական գոտիներում (ինչպիսին է՝ Կալուգան կամ Յարոսլավլը) խելամիտ կլինի կենտրոնանալ տարածաշրջանային և մունիցիպալ

մակարդակների վրա: Տեղական իշխանությանը դիտարկեք որպես ձեր գործընկեր, այլ ոչ թե պարզապես հարկ վճարող և ձեզ արժանին կմատուցեն: Խիստ կարևոր է ցույց տալ, որ որպես ներդրող դուք բերում եք իրական օգուտներ տեղական համայնքներին և այնտեղ ապրող մարդկանց:

Կառավարության կարիքների հսկակեցում

Ռուսաստանի կառավարությունը բոլոր երեք՝ ֆեդերալ, տարածաշրջանային և մունիցիպալ մակարդակներում, ունի պետության համար կարևոր նախագծերը ֆինանսավորելու բազմաթիվ ծրագրեր: Հետևեք դրանց կապակցությամբ կառավարության հայտարարված մրցույթներին կամ ներդրումային ծրագրերին, եթե ձեր ապրանքը/ծառայությունը կարող է բավարարել դրանցից որևէ մեկին:

Ցուցաբերեք ստեղծագործական մոտեցում և օգուտ քաղեք մարտահրավերներից

Ցուցաբերեք ակտիվություն և ստեղծագործական մոտեցում ձեզ համար այնպիսի նիշա հստակեցնելու համար, որտեղ մրցակիցներն ավելի քիչ են կամ ընդհանրապես չկան: Օրինակ՝ առևտրի համար Ռուսաստանի հսկայական և տրանսպորտային թերզարգացած ենթակառուցվածք ունեցող տարածքը համարվում է մարտահրավեր: Միևնույն ժամանակ, Ռուսաստանն ունի ամենատարածված ինտերնետային և բջջային հեռախոսակապը Եվրոպայում: Շուկայում գոյություն ունեն լոգիստիկայով զբաղվող մի շարք նոր ընկերություններ, որոնք իրականացնում են առաքումներ և հավաքում դրանց վճարումները Ռուսաստանի քարտեզի վրա նշված ցանկացած կետում: Օգտվեք այդ խաղացողներից՝ որպես ձեր լոգիստիկայի և վճարումների ենթակապալառուներ և սկսեք ձեր ապրանքի առցանց վաճառքը: Ներկայումս էլեկտրոնային առքուվաճառքը զարգացող ոլորտներից մեկն է Ռուսաստանում և ունի աճի մեծ հեռանկարներ գալիք տարիների համար:

Ապագային նայելիս. ԵՏՄ անդամակցության օգուտների կանխատեսում՝ ԵՐԲ և ԵԹԵ-ներ

Ինտեգրացիոն ծրագրերը, ինչպիսիք են ԵՄ և ԵՏՄ, մշակվում են ոչ թե կարճ ժամանակաշրջանների, այլ տասնյակ և ավելի տարիների համար, եթե ամեն ինչ ընթանում է պլանավորվածի համաձայն: Այս իսկ

պատճառով, այս կամ այն ինտեգրումից ստացվող պոտենցիալ օգուտները դիտարկելիս, իմաստ ունի դիտարկել ոչ միայն ընթացիկ իրականությունը, այլ նաև ծրագրել պոտենցիալ օգուտները՝ հաշվի առնելով իրականության և հանգամանքների հնարավոր փոփոխությունները:

Այժմ մենք արագորեն կդիտարկենք մի շարք եթեներ և երբեր՝ Հայաստանի համար ապագայի կտրվածքով, ինչպես նաև, թե արդյոք աշխարհի միջազգային գործերում կան որոշակի զարգացումներ, որոնք կարող են անմիջական ազդել այն օգուտների մակարդակի վրա, որ Հայաստանը կարող է ստանալ ԵՏՄ-ի անդամակցությունից:

Մանասպորասպես.

ԵՐԲ լիովին վերացվեն Իրանի նկատմամբ միջազգային պատժամիջոցները

Եթե երբևէ բացվի Վրաստանը և Ռուսաստանը իրար կապող երկաթգծի աբխազական հատվածը

Եթե ԵՏՄ-ին անդամակցեն նոր երկրներ

Իրանի պարժամիջոցների վերացում

Վերլուծաբանների կարծիքով Իրանի նկատմամբ միջազգային պատժամիջոցների ավարտը լավ նորություն է Հայաստանի համար:

Հայաստանի արտաքին գործերի նախարարությունը ակնկալում է, որ, ի թիվս այլ դրական հետևանքների, դա կնպաստի տարածաշրջանում կայունության ամրապնդմանը և համագործակցությանը:

Նախկինում պատժամիջոցները խոչընդոտում էին անդրասիանային առևտրին: Բանկային փոխանցումները և այլ ֆինանսական գործարքները բարդ էին, ուստի առևտուրը սահմանափակվում էր բարտերային և կանխիկով իրականացվող մասնավոր բիզնես գործարքներով:

Իր պոտենցիալի հետ համեմատած, ըստ ոլորտային ներկայացուցիչների և ձեռներեցների, Իրանի հետ առևտուրը նվազել է 50 կամ 60 տոկոսով: Նրանք նշում են, որ Հայաստանը կտրված է եղել Պարսից ծոցի Բանդար Աբբաս նավահանգստից, որովհետև փոխադրող ընկերությունները հրաժարվում էին ապրանքներ տեղափոխել իրանական նավահանգիստ, և Հայաստանը ստիպված էր օգտագործել Բաթումիի և Փոթիի նավահանգիստները ծովային փոխադրումների համար: Հայաստանի բիզնեսը կարծում է, որ պատժամիջոցների մեղմացումը կօգնի դիվերսիֆացնել արտահանման ուղիները, Հայաստանը դարձնել հիմնական տարանցիկ ուղի և վերականգնել առևտրի նախկին ծավալները:

Իր հերթին իրանական դիվանագետը կարծում է, որ Իրանի նկատմամբ միջազգային պատժամիջոցների վերացումը կարագացնի Հայաստանի հետ Իրանի համատեղ էներգետիկ ծրագրերը:

Նրանք համոզված են, որ Իրանի նկատմամբ պատժամիջոցների վերացումը որոշակի ազդեցություն կունենա Հայաստան-Իրան ծրագրերի վրա: Ծրագրերը մեծամասամբ կենտրոնացված են բարձրավոլտ էլեկտրահաղորդման գծի պլանավորված շինարարության վրա, ինչը թույլ կտա Հայաստանին ավելի շատ բնական գազ ներմուծել Իրանից և դրա համար վճարել Իսլամական Հանրապետություն մատակարարվող էլեկտրականությամբ:

Թե՛ Հայաստանի և թե՛ Իրանի պաշտոնյաները հղում են կատարում պատժամիջոցներին նաև Հայաստան-Իրան սահմանին 350 միլիոն ԱՄՆ դոլար արժեղությամբ խոշոր հիդրոէլեկտրակայանի շինարարությունը շարունակաբար հետաձգելու համար և հույս հայտնում, որ հիդրոէլեկտրակայանի ծրագիրը, ներառյալ ծրագրի համար ներդրումներ ներգրավելը «ամենայն հավանակությամբ կարագանա» շրջադարձային իրադարձություն հանդիսացող միջուկային գործարքի արդյունքում:

Այնուամենայնիվ, այս ծրագրերը կախված կլինեն ներդրումների մատչելիությունից և տնտեսական հիմնավորվածությունից: Օրինակ՝ երկաթգծի կառուցման ծրագիրը պահանջում է 3.2 միլիարդ ԱՄՆ դոլար ներդրում և որպեսզի այն իրականություն դառնա, անհրաժեշտ է ներդրող: Ըստ դեսպանի, դեռևս ոչ մի լուրջ ներդրող չի գտնվել:

Վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ նման մեծ ծրագրերն իրականություն դառնալու համար դրանք պետք է լինեն ավելի մեծ ենթակառուցվածքի ցանցի մաս, այլ ոչ թե ծառայեն երկու երկրների երկստեք շահերին:

Այս առումով Վրաստանը և Հայաստանը կապող երկաթգծի արխագական մասի բացումը կարող է կենսական նշանակություն ունենալ Հայաստանի և Իրանի միջև երկաթգծի ծրագիրը իրագործելի դարձնելու և ներդրումներ ներգրավելու համար, քանի որ դրանով ուղիղ երկաթուղային ճանապարհ կբացվի և կշարունակվի Իրանի, Հայաստանի, Վրաստանի, Ռուսաստանի միջով:

Վրաստանը և Ռուսաստանը իրար կապող երկաթգծի արխագական մասի բացում

Փոխադրումները և, ավելի լայն իմաստով, հաղորդակցության անվտանգությունը խիստ կարևոր դեր են կատարում Հայաստանի ազգային անվտանգության համակարգում՝ հաշվի առնելով Թուրքիայի և

Ադրբեջանի կողմից բրկադայի պատճառով այդ երկու երկրների հետ փակ սահմանները:

Մյուս կողմից, Հայաստանը տուժող կողմ է Վրաստան-Ռուսաստան և Վրաստան-Աբխազիա հարաբերություններում, ինչը լրջորեն բարդացրել է Հայաստանը և Վրաստանը ռուսական երկաթգծին կապող երկաթգծի արխազական մասի օգտագործման հնարավորությունը:

Հայաստանի հաղորդակցության դիրքը կարող է դիտարկվել որպես «փակուղային», քանի որ երկիրը լիովին կախված է Վրաստանի և Իրանի միջով բեռների տարանցիկ փոխադրումից:

Աբխազական հատվածում երկաթուղային հաղորդակցության բացումը կարող է լուրջ հիմք հանդիսանալ ԵՏՄ երկրներից մեկի հետ հայաստանյան բիզնեսի ավելի լավ ինտեգրման համար:

Հայաստանը երկաթգծով կապված է Վրաստանի և դրա ամենամեծ նավահանգստի՝ Փոթիի հետ, ինչը հնարավորություն է տալիս հայաստանյան ներմուծողներին և արտահանողներին մուտք գործել միջազգային շուկա:

Աբխազական երկաթգծի հատվածի վերաբացումը Հայաստանը ուղիղ կկապի Ռուսաստանի և այլ ԵՏՄ երկրների հետ Վրաստանի միջով: Դրան գումարած, իրագործելի կդառնա Հայաստան-Իրան երկաթգծի շինարարությունը, բեռների փոխադրումը Իրանից Հայաստան նոր երկաթգծով, այնուհետև Ռուսաստանի Դաշնության երկաթգծի կայաններ՝ Վրաստանի և Աբխազիայի միջով:

Ցավոք սրտի, Հայաստանի երկաթուղու շինարարության հարցի ներկա քննարկումների ժամանակ ուշադրություն են դարձնում Հայաստանի և Իրանի միջև ապրանքաշրջանառության վրա: Հայաստան-Իրան միակողմանի և փոքր ծավալների ապրանքաշրջանառության (ընդհանուր բեռնափոխադրումների մոտավորապես 80%-ը բաժին է ընկնում Իրանից Հայաստան ներմուծմանը) պատճառով, հաճախ նշվում է, որ երկաթգիծը կենսունակ չէ և չպետք է կառուցել: Նման սխալ պատկերացումը թույլ չի տալիս դիտարկել այն փաստը, որ ներկայումս աշխարհում կառուցվող բոլոր երկաթուղիներից կեսից ավելին լուծում են ոչ թե միջպետական, այլ տարածաշրջանային հարցեր: Հայաստանը տարանցիկ երկիր և փոխադրությունների հանգույց դարձնելու հեռանկարները, որոնք նոր հնարավորություններ են բացում Հարավային Ասիայի և Միջին Արևելքի հետ առևտրի համար, ակտուալ են դարձնում ԵՏՄ-ի զարգացումը՝ որպես կազմակերպություն, որը բաց է փոփոխությունների համար, գտնվելու է շարունակական համապատասխանեցման գործընթացում՝ ելնելով դրա ընդլայնման բնույթից ու աշխարհագրությունից և իր նոր ու հեռանկարային անդամների շահերից: Սա, իր հերթին, պետք է խթան

հանդիսանա Հայաստանի համար, որպեսզի վերջինս ակտիվ դեր կատարի տարածաշրջանային հարցերում՝ առաջ մղելով և լրքիստական աշխատանքներ տանելով այն լուծումների համար, որոնք շահեկան կլինեն թե՛ Հայաստանի և թե՛ տարածաշրջանի երկրների համար:

Եթե ավելի շար անդամներ միանան ԵՏՄ-ին

2015 թվականին տեղ գտած մի շարք իրադարձություններ առաջարկում են, որ ԵՏՄ չի պլանավորում սահմանափակվել իր շրջանակը միայն ներկա 5 անդամ երկրների աշխարհագրությամբ:

2015 թվականի հոկտեմբերին Իսրայելը հայտարարեց, որ շահագրգռված է հնարավորինս սեղմ ժամկետներում Եվրասիական-տնտեսական միության (ԵՏՄ) հետ ազատ տնտեսական գոտու վերաբերյալ համաձայնագիր ստորագրելու հարցում: Երկու կողմերի պետական պաշտոնյաները հաստատեցին, որ իրենց հավատում են նման համաձայնագրի մեծ պոտենցիալին և այն համարեցին որպես «առաջնահերթություն» ազատ տնտեսական գոտու մասին քննարկումներում: Հոկտեմբերի կեսերին Եվրասիական տնտեսական միության գերագույն խորհուրդը որոշում կայացրեց այն մասին, որ Եվրասիական տնտեսական միությունը սկսում է ազատ տնտեսական գոտի ստեղծելու մասին քննակցությունները Իսրայելի հետ:

Կրկին 2015 թվականի հոկտեմբերին Ռուսաստանի արդյունաբերության և առևտրի նախարար Դենիս Մանտուրովը առաջարկեց ստեղծել տնտեսական համակարգման ԲՌԻԿՍ-ի և Եվրասիական տնտեսական միության (ԵՏՄ) միջև՝ աշխատելով կրճատել ԲՌԻԿՍ-ի և ԵՏՄ-ի միջև խոչընդոտների հնարավորությունները փոխադարձ առևտուրը խթանելու, ներդրումները մեծացնելու և նոր լիարժեք արդյունաբերական ծրագրերի համար:

Ավելի վաղ՝ հունիսին, Հնդկաստանը և ԵՏՄ սկսել էին ուսումնասիրել ազատ առևտրի գոտու մասին համաձայնագրի իրագործելիությանը: Համապատասխան փաստաթուղթը ստորագրվեց Հնդկաստանի առևտրի և արդյունաբերության պետական նախարարության և ԵՏՄ-ի միջև Սանկտ Պետերբուրգի Միջազգային տնտեսական ֆորումի ժամանակ (ՍՊՄՏՖ, 2015թ.):

Հետագոտական խմբին հանձնարարվել էր կատարել հետազոտություն և նախագահների հաստատմանը ներկայացնել (Միության երկրների և Հնդկաստանի միջև) ազատ առևտրի գոտու համաձայնագրի մասին քննակցությունների մեկնարկի մասին որոշման նախագիծը: Խմբին

հանձնարարվել էր վերլուծել առևտրի, ներդրումների դինամիկան և ընդհանրապես «համատեղ առևտրի քաղաքականության և ինտեգրման օրակարգերը»:

2015 թվականի մայիսին ԵՏՄ-ը ազատ առևտրի մասին համաձայնագիր ստորագրեց Վիետնամի հետ, որը առևտրային ռեժիմի դյուրինացման մասին առաջին համաձայնագիրն էր 2015 թվականին Միությունը հիմնադրելուց հետո:

Համանման աշխատանքային գործընթաց է ընթանում Եգիպտոսի հետ:

Այս գործընթացի ավելի լայն ազդեցությունը այն է, որ որքան ավելի մեծ է ԵՏՄ և երրորդ երկրների ու բլոկների միջև գործարքների աշխարհագրությունը, այնքան ավելի են մեծանում շուկայական հնարավորությունները ԵՏՄ բիզնեսների, ներառյալ, ինքնըստիներքյան, հայաստանյան բիզնեսների համար:

Եվրասիական տնտեսական միության (ԵՏՄ) տարածքում նոր տնտեսական հնարավորությունների բացահայտում



«Անտարես» հրատարակչատուն
ՀՀ, Երևան-0009, Մաշտոցի պ. 50ա/1
Հեռ.՝ (+374 10) 58 10 59

Հեռ. / ֆաքս՝ (+374 10) 58 76 69
antares@antares.am

www.antares.am

Տպագրվել է «Անտարես» հրատարակչատանը